

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET  
DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM  
PERSPEKTIF BISNIS ISLAM  
(Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Desya Puspita Sari  
1951040272**



**Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445 H/2024 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET  
DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM  
PERSPEKTIF BISNIS ISLAM  
(Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Oleh :  
Desya Puspita Sari  
NPM: 1951040272**

**Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah**

**Pembimbing I : Dr. Fatih Fuadi, M.S.I  
Pembimbing II : Vicky F Sanjaya, M.Sc.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445 H/2024 M**

## ABSTRAK

Internet dianggap sangat penting bagi kehidupan masyarakat dalam era modern ini. Juga kemajuan teknologi yang semakin pesat dan menghasilkan inovasi baru dalam pengembangan teknologi, salah satunya adalah teknologi keuangan (*fintech*) yang dimana dalam teknologi ini menghasilkan aplikasi dompet digital yang canggih dan mempermudah masyarakat. Dompet digital dianggap sebagai alat digitalisasi yang aman dengan data identitas pemilik yang jelas. Sebuah dompet digital khusus untuk Indonesia yang dirancang untuk menjalankan setiap transaksi secara digital, baik online maupun offline, dengan efisiensi dan tetap menjaga keamanannya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dimana populasi penelitian ini adalah pengguna dompet digital dikalangan masyarakat kota Bandar Lampung yang jumlahnya tidak diketahui. Sample yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan cara *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat yang tinggal di Kota Bandar Lampung dan yang menggunakan dompet digital. Dengan bantuan alat uji SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Dompet Digital, persepsi masyarakat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Dompet Digital dan tinjauan pandangan Islam dalam penggunaan Dompet Digital pada transaksi jual beli halal atau diperbolehkan selama tidak ada hal yang dirugikan dalam bertransaksi jual belinya. Karena kemudahan dalam bertransaksi bidang muamalah secara umum dianjurkan sesuai syariat agama dan penggunaanya tidak menyimpang dan menyelisihi aturan yang sudah ditetapkan oleh Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Persepsi Masyarakat, Penggunaan Dompet Digital.

## **ABSTRACT**

*The internet is considered very important for people's lives in this modern era. Also, technological progress is increasingly rapid and produces new innovations in technological development, one of which is financial technology (fintech), which in this technology produces sophisticated digital wallet applications and makes things easier for people. Digital wallets are considered a safe digitalization tool with clear owner identity data. A special digital wallet for Indonesia which is designed to carry out every transaction digitally, both online and offline, with efficiency and while maintaining security.*

*This research uses a quantitative type of research. Where the population of this study is digital wallet users among the people of Bandar Lampung city whose number is unknown. The sample was obtained from distributing questionnaires to 100 respondents using non-probability sampling using the purposive sampling method. The criteria used in determining the sample in this study were people who live in Bandar Lampung City and who use digital wallets. With the help of the SmartPLS 4 test tool.*

*The research results show that service quality has a positive and significant effect on the use of Digital Wallets, public perception also has a positive and significant effect on the use of Digital Wallets and a review of Islamic views in the use of Digital Wallets in buying and selling transactions is halal or permitted as long as nothing is harmed in the selling transaction buy it. Due to the ease of transactions in the muamalah sector, it is generally recommended to comply with religious law and its use does not deviate or conflict with the rules set by DSN-MUI Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017.*

**Keywords:** *Service Quality, Public Perception, Use of Digital Wallets.*



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

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

---

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desya Puspita Sari  
NPM : 1951040272  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jual Beli Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan telah disebut dalam fotenote 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

Bandar Lampung, 06 Februari 2024

Penulis



Desya Puspita Sari  
NPM. 1951040272



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

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

**SURAT PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jusl Beli Dalam Perpektif Bisnis Islam (Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)**

**Nama : Desya Puspita Sari**

**NPM : 1951040272**

**Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

**Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.**

**Pembimbing I**

**Fatih Fuadi, M.S.I**

**NIP.19851292015031006**

**Pembimbing II**

**Vicky F. Sanjaya, M.Sc.**

**NIP.19941122019031009**

**Ketua Jurusan**

**Dr. Ahmad Habibi, SE., M.E**

**NIP.197905142003121003**





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

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

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompnet Digital Pada Transaksi Jual Beli Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)”** disusun oleh, **Desya Puspita Sari**, NPM: **1951040272**, program studi **Manajemen Bisnis Syariah**, telah diajukan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : **Kamis, 04 April 2024**.

**TIM PENGUJI :**

**Ketua Sidang : Dr. Madnasir, S.E., M.S.I** (.....)  
**Sekretaris : Weny Rosilawati, S.E., M.M** (.....)  
**Penguji I : Adib Fachri, S.E., M.E.Sy** (.....)  
**Penguji II : Dr. Fatih Fuadi, M.S.I** (.....)

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Tulus Suryanto, SE., MM, Akt. CA**  
**NIP. 1679009262008011008**

## MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian.”*

*( QS. Al-Furqan: 67)*





## RIWAYAT HIDUP

Penulis yang bernama lengkap Desya Puspita Sari, lahir di Jakarta pada tanggal 03 Desember 2000, anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Matsarudi dan Ibu Hayatun Nufus. Pendidikan penulis dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) JILUL AMAL, Sukabumi Utara, Jakarta Selatan pada tahun 2005, dilanjutkan dengan masuk SDN 12 Grogol Utara, Jakarta selatan, lalu dilanjutkan masuk SMPN 191 Duri Kupa, Jakarta Barat, kemudian dilanjutkan dengan memasuki SMAN 1 Punduh Pedada, Pesawaran, Lampung. Pada tahun 2019, mengikuti pendidikan Perguruan Tinggi Negeri dengan masuk di salah satu Universitas Islam terbaik di Indonesia, yakni Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penulis memilih pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur saya ucapkan Alhamdulillahirabbil'alamin kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada Kedua orangtua tercinta, untuk Ayah saya, Matsarudi dan Ibu saya, Hayatun Nufus yang tiada hentinya mendoakan, memotivasi dan mensupport dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih tidak pernah lelah dalam memberikan nasihat dan dukungan agar menjadi orang yang lebih baik lagi dengan melewati pencapaian akademik ini. Adik yang sangat saya cintai Akbar Aditya yang selalu mendoakan dan memberi semangat saat proses menyelesaikan skripsi, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya. Almamater UIN Raden Intan Lampung dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan hingga skripsi ini terselesaikan. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas semua kebaikan kalian.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji syukur penulis haturkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jual Beli Dalam Persepektif Bisnis Islam.” 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.

Shalawat serta salam selalu tucurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya. Penulis menyadari jika dalam penulisan ini masih banyak kesalahannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Tulus Suyanto., M.M, Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ahmad Habibi, M.E. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Fatih Fuadi, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis.
4. Bapak Vicky F Sanjaya, M.Sc. 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. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta

- memberikan masukan-masukan yang InsyaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.
6. Ayah, Ibu, serta adik saya yang telah memberikan motivasi dan dukungan serta doa yang tiada henti kepada penulis proses perkuliahan berlangsung dari awal hingga saat ini.
  7. Saddam Aldigara Al-Basy yang telah membantu mencari referensi, memberikan saya support dan dukungan kepada saya selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini sampai selesai.
  8. Lee Jeni dan Na Jaemin yang telah memberikan hiburan disaat peneliti lelah dan kata-kata penyemangat yang membuat peneliti semangat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Bandar Lampung, 2024

Penulis

Desya Puspita Sari

NPM. 1951040272



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	2
C. Identifikasi Dan Batasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
H. Sistematika penulisan .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Perilaku Konsumen .....	17
B. Kepuasan Konsumen .....	18
C. Kualitas Pelayanan .....	20
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	20
2. Jenis- jenis Kualitas Pelayanan .....	21
3. Indikator Kualitas Pelayanan .....	22
D. Persepsi .....	23
1. Pengertian Persepsi .....	23
2. Syarat dan Proses Terjadinya Persepsi .....	24
3. Indikator Persepsi .....	25
E. Jual Beli Dalam Islam.....	27
1. Pengertian Jual Beli .....	27

2.	Dasar Hukum Jual Beli .....	28
3.	Syarat dan Rukun Jual Beli .....	29
F.	Dompot Digital .....	32
1.	Pengertian Dompot Digital.....	32
2.	Manfaat Dompot Digital .....	33
3.	Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital .....	33
G.	Pengajuan Hipotesis .....	35
H.	Kerangka Berpikir .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Jenis Penelitian .....	39
B.	Sumber Data Penelitian .....	39
C.	Populasi dan Sampel.....	40
D.	Definisi Operasional Variabel .....	41
E.	Tempat Penelitian.....	44
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	44
G.	Teknik Analisis Data .....	45

### **BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN**

A.	Deskripsi Data .....	49
B.	Deskripsi Tanggapan Responden.....	51
C.	Hasil Penelitian dan Analisis .....	54
D.	Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis .....	61

### **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan.....	65
B.	Rekomendasi .....	66

<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>67</b>
----------------------------	-----------

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kajian Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Skala Likert .....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	50
Tabel 4.3 Jenis Dompot Digital yang Sering Digunakan .....	50
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Persepsi Masyarakat .....	52
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Penggunaan .....	53
Tabel 4.7 Nilai Outer Loading.....	55
Tabel 4.8 Nilai Outer Loading.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Composite Reability dan Crinbach's Alpha.....	58
Tabel 4.10 Hubungan Antar Variabel.....	59
Tabel 4.11 Hasil R-Square .....	61
Tabel 4.12 Path Coefisients.....	62
Tabel 4.13 Path Coefisients.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Pembayaran Yang Paling Banyak digunakan di Indonesia .....	4
Gambar 1.2 Pra Survey Pengguna Dompot Digital .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	37
Gambar 4.1 Diagram Variabel .....	54
Gambar 4.2 Diagram Variabel .....	56







# BAB 1 PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Sebelum peneliti menguraikan pembahasan secara mendalam, sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran untuk mempermudah dan memahami isi dari judul proposal ini, maka diperlukan uraian terhadap penegasan dari makna dari beberapa istilah yang dipakai dalam judul ini guna menghindari kerancuan dan atau kesalahpahaman dalam pemakaian judul. Adapun judul skripsi yang diambil ialah, **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF ISLAM**, dan adapun uraian dari istilah judul tersebut ialah:

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.<sup>1</sup>

### 2. Persepsi

Persepsi ialah suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.<sup>2</sup>

### 3. Masyarakat

Masyarakat ialah setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerjasama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Tjiptono Fandi, “*Service, Quality & Satisfaction*”, (Yogyakarta: Penerbit Andi), 2014.

<sup>2</sup> Mohammad Asrori, “*Psikologi Pembelajaran*”, (Bandung: CV Wacana Prima), 2009, hal. 21.

<sup>3</sup> Beni Ahmad Saebani, *Pengantar Antropologi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 136.

#### 4. Persepsi Masyarakat

Persepsi masyarakat ialah pendapat atau tanggapan yang diterima masyarakat dari suatu kejadian atau realita dalam lingkungannya.

#### 5. Dompot Digital

Dompot digital ialah fasilitas pembayaran berbasis *online* dalam wujud aplikasi di *smartphone* yang memungkinkan penggunaanya untuk melakukan transaksi *non-tunai*.

#### 6. Transaksi

Transaksi ialah pertemuan antara dua belah pihak (penjual dan pembeli) yang saling menguntungkan dengan adanya data/bukti/dokumen pendukung yang dimasukkan kedalam jurnal setelah melalui pencatatan.<sup>4</sup>

#### 7. Jual Beli

Jual beli adalah kegiatan menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.

#### 8. Perspektif Islam

Perspektif islam ialah pandangan yang ditinjau dari hukum Islam dalam hal ini dapat ditinjau dari sumber seperti Al-Qur'an dan Hadits.<sup>5</sup>

### B. Latar Belakang

Manusia diciptakan Allah SWT. dengan dibekali akal dan pikiran supaya mereka mampu membedakan mana yang *haq* (baik) dan *batil* (buruk). Manusia adalah makhluk sosial yang dinamis dan terus mengalami perubahan akibat perkembangan. Salah satu perkembangan manusia ialah menciptakan teknologi. Teknologi dan informasi terus berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Kehidupan manusia menjadi lebih terbantu berkat teknologi dan

---

<sup>4</sup> Indra bastian, "*Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*", (Jakarta: Salemba Empat), 2010, hal. 27.

<sup>5</sup> Sakilah, "Belajar Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Menara*, 12. No. 2, 2019, hal 157.

informasi termasuk dalam bidang ekonomi. Hal tersebut membuktikan bahwa manusia merupakan makhluk dinamis pandai beradaptasi, berkomunikasi, bersosialisasi, dan berinovasi. Perkembangan era digital membawa teknologi pada perdagangan dan bisnis. Perubahan cara berdagang dari manual menjadi digital adalah dalam upaya memperluas pasar dan jangkauan konsumen.

Kemajuan dan perkembangan teknologi telah menghasilkan inovasi baru dalam pengembangan teknologi keuangan (financial technology), salah satunya adalah sistem pembayaran elektronik. Bank Indonesia mendefinisikan fintech atau financial technology sebagai hasil dari kombinasi jasa keuangan dengan teknologi, yang pada akhirnya mengubah model bisnis dari yang konvensional menjadi lebih modern<sup>6</sup>. Salah satu inovasi teknologi di bidang perdagangan & bisnis yang menciptakan kemudahan dalam bertransaksi adalah alat tukar dalam jual beli yang dikenal sebagai dompet digital atau e-wallet. Uang elektronik, yang juga disebut sebagai dompet digital, adalah sebuah aplikasi elektronik yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran transaksi secara online. Dengan menggunakan dompet digital, pengguna tidak perlu lagi bergantung pada kartu fisik atau uang tunai, karena cukup membawa smartphone mereka.

Metode pembayaran secara online memungkinkan proses pembayaran menjadi lebih cepat bagi pengguna. Selain itu, pembeli juga tidak perlu menerima uang kembalian karena pembayaran dilakukan sesuai dengan jumlah nominal yang dibeli. Secara media penyimpanan, uang elektronik dibedakan menjadi dua jenis, yaitu e-money yang berbentuk kartu, dan e-wallet yang berbasis aplikasi pada server. Izin untuk penggunaan uang elektronik diterbitkan oleh Bank Indonesia

---

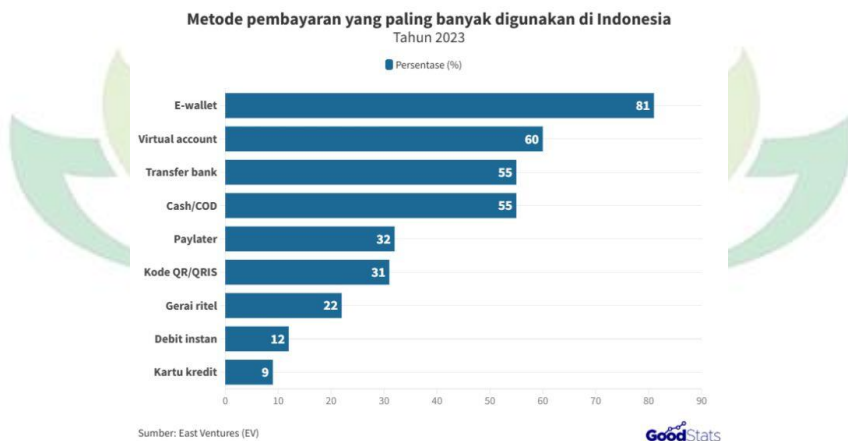
<sup>6</sup> DEVI SRIHARDIANTI, "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA", <http://web.syekhnujati.ac.id>.



pada tahun 2009 melalui Peraturan Bank Indonesia dengan Nomor 11/12/PBI/2009.<sup>7</sup>

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Saat ini, terutama di Bandar Lampung, mayoritas masyarakat yang beragama Islam telah banyak menggunakan dompet digital sebagai sarana dalam transaksi jual beli. Penggunaan dompet digital tidak terbatas pada keperluan belanja langsung di minimarket, supermarket, atau berbelanja secara online, tetapi juga mencakup berbagai jenis transaksi seperti pembelian tiket nonton, pemesanan ojek online, dan berbelanja secara daring (*multipurposes*).<sup>8</sup> Dalam sebuah sumber website Bank Jombang (2022), menjelaskan mengenai penggunaan metode pembayaran di Indonesia sebagai berikut:

**Gambar 1.1**



Sumber: East Ventures (EV) dari website Bank Jombang (2022).

<sup>7</sup> Novi Dita Anggraini, “Sistem pembayaran elektronik (e-Payment) di aplikasi Dompet Digital Indonesia (DANA) perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam” (undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023), <http://etheses.uin-malang.ac.id/51779/>.

<sup>8</sup> Fitiryani, Parman Komarudin dan Rahmatul Huda, “PERSFEKTIF ULAMA BANJARMASIN MENGENAI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL, PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH,”.

Berdasarkan data temuan diatas, maka dapat diketahui bahwa *e-wallet* atau dompet digital menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2022. Penggunaan e-wallet juga telah disambut dengan baik oleh masyarakat, meskipun masih terdapat beberapa batasan dalam layanan pembayaran, terutama untuk beberapa pedagang yang bekerja sama dengan dompet digital tersebut. Beberapa dompet digital yang dikenal antara lain Go-Pay dari Gojek, Ovo, dan Dana.

Dompet digital dianggap sebagai alat digitalisasi yang aman dengan data identitas pemilik dana yang jelas. Sebuah dompet digital khusus untuk Indonesia yang dirancang untuk menjalankan setiap transaksi secara digital, baik online maupun offline, dengan efisiensi dan tetap menjaga keamanannya.

Penggunaan dompet digital mengalami perkembangan yang signifikan di masa pandemi. Berdasarkan data dari Bank Indonesia mengenai uang elektronik, terjadi peningkatan sebesar 29% dalam volume dan nilai transaksi dari tahun 2019 hingga 2022. Volume transaksi reload/top up uang elektronik pada tahun 2020 bahkan meningkat enam kali lipat dibandingkan tahun 2019. Selain itu, nilai transaksi secara umum, termasuk transaksi belanja dan transaksi *reload/top up* menggunakan uang elektronik, juga mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2021.<sup>9</sup>

Data yang dirilis pada Agustus 2020, GoPay dan OVO masih dominan sebagai aplikasi dompet digital. DANA naik posisi menggantikan Link Aja. Pengguna aktif dompet digital sebagai pengguna aktif masih didominasi oleh GoPay (Medcom.id, 2020) Di Indonesia terdapat 38 dompet digital yang diakui oleh Bank Indonesia secara resmi. Transaksi dompet digital di Indonesia mencapai angka US\$ 1,5 miliar pada tahun 2018 dan akan terus meningkat menjadi US\$ 25 miliar pada tahun 2023 (CNBC Indonesia, 2019). Sementara,

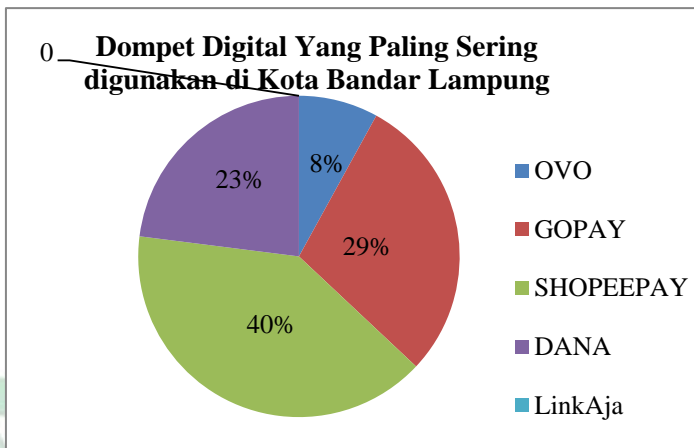
---

<sup>9</sup> Primandari, A. H., & Kesumawati, A., "Digital Payment: Pandangan Islam dan Reaksi di Media Sosial.," *Sains dan Kesehatan dalam Perspektif Islam 1*, 2022, 7–11.

GoPay merupakan aplikasi berupa uang elektronik yang dapat dijadikan kegiatan transaksi keuangan melalui aplikasi gojek dan dapat digunakan oleh customer, maupun driver itu sendiri. GoPay dapat digunakan untuk bertransaksi secara online maupun secara langsung di *tenant-tenant* yang sudah bekerja sama dengan GoJek (gojek, 2019).

Untuk mengetahui dompet digital yang paling banyak digunakan, peneliti telah melakukan pra survei dari 20 responden dengan hasil sebagai berikut:

**Gambar 1.2**



Sumber: Kuesioner yang dilakukan peneliti

Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap 100 responden, didapat bahwa penggunaan dompet digital terbanyak yaitu SHOPEEPAY sebesar 40%, kemudian posisi kedua ditempati oleh GOPAY sebesar 29%. Berdasarkan data tersebut, masyarakat di Kota Bandar Lampung lebih banyak menggunakan aplikasi dompet digital SHOPEEPAY dan GOPAY.

Dan menurut Buya Yahya, dalam hukum dompet digital, berdasarkan pengetahuan dari beberapa sumber ahli agama terkait riba, dijelaskan sebagai berikut: "Jika niat kita dalam menggunakan dompet digital adalah untuk membayar jasa, maka itu dianggap sah dan halal. Hal ini disebabkan karena adanya kesepakatan antara pihak-pihak terkait, dan

tidak terdapat unsur riba dalam transaksi ini. Secara sederhana, ketika kita membayar kebutuhan kita melalui sistem dompet digital dan ada potongan saldo yang diberikan kepada pemberi jasa, hal tersebut tetap dianggap sah dan tidak termasuk dalam riba”.<sup>10</sup>

Menurut Tazkiyyaturromah, uang elektronik harus memenuhi ketentuan dalam Al-Qur'an dan sunnah dengan dasar kaidah umum yang berlaku dalam Syariah Islam. Uang elektronik sebagai alat transaksi jual beli barang hukumnya halal. Kehalalan berdasarkan kaidah setiap transaksi dalam muamalah kecuali ada dalil yang mengharamkan sehingga merubah hukumnya menjadi haram. Muamalah adalah istilah yang sering diartikan sebagai aturan hukum Islam yang mengatur pola akad atau transaksi antar manusia yang melibatkan harta. Dengan demikian, setiap individu tidak dapat menghindar dari ketergantungan terhadap orang lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Pandangan ini juga diperkuat oleh Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 yang menyatakan bahwa Uang digital (electronic money) adalah suatu metode pembayaran yang memenuhi kriteria-kriteria berikut: Pertama, diterbitkan berdasarkan jumlah nominal uang yang telah disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Kedua, jumlah nominal uang tersebut disimpan secara digital dalam suatu media yang terregistrasi. Ketiga, jumlah uang digital yang dikelola oleh penerbit bukanlah simpanan seperti yang diatur dalam undang-undang perbankan. Dan keempat, uang digital digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang digital tersebut.<sup>11</sup>

Dalil pendukung yang menyatakan bahwa uang digital itu hukumnya boleh telah dijelaskan pada Al-Qur'an

---

<sup>10</sup> Fitiryani, Parman Komarudin dan Rahmatul Huda, “PERSFEKTIF ULAMA BANJARMASIN MENGENAI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL, PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH,”.

<sup>11</sup> Dwi Septia Pratiwi dan I. Kadek Dwi Nuryana, “Analisis Tingkat Penerimaan Dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompet Digital DANA,” *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)* 2, no. 4 (22 November 2021): 76–84.

Surat An-Nisa: 29 dan Hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dari Asyah dan dari Tsabit dari Anas:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (An-Nisa'/4:29)

دُنْيَاكُمْ بِأَمْرِ أَعْلَمَ أَنْتُمْ

“Kalian lebih mengerti urusan dunia kalian.” (HR. Muslim).”  
(Imam Muslim bin Hajjaj, n.d.)<sup>12</sup>

Dompot digital merupakan salah satu alternatif metode pembayaran yang Islam tidak menolak. Islam tidak mengharamkan usaha mencari keuntungan dari layanan dompot digital. Islam hanya melarang transaksi yang mengandung unsur jual beli uang dengan uang, sementara pada kasus dompot digital, pengguna memperoleh layanan atau jasa melalui kemudahan transaksi yang diberikan. Dalam hal ini, penyedia jasa memperoleh keuntungan dari layanan yang mereka tawarkan, dan pengguna mendapatkan manfaat dari pelayanan tersebut. Allah SWT telah mengatur segala aspek kehidupan dengan peraturan yang jelas, termasuk dalam Al-Quran dan Hadist.

Dari banyaknya keuntungan yang didapatkan dengan menggunakan Pembayaran Elektronik, terdapat masalah yang timbul berkaitan dengan permasalahan yang menyebabkan kerugian bagi penggunanya. Ada beberapa pelayanan yang

<sup>12</sup> Ahmad Izzan dan Andri Piandi, “KONSEP UANG DIGITAL DI APLIKASI DANA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 1, no. 1 (12 Agustus 2022): 215–20.

tidak sesuai dengan keinginan dan harapan pengguna dompet digital tersebut dari pihak penyelenggara dompet digital itu sendiri, sehingga menimbulkan permasalahan yang sering terjadi yaitu masalah dengan gangguan jaringan-jaringan akses internet, hingga adanya kemungkinan keterlambatan proses uang masuk ke masing-masing rekening konsumen pengguna dompet digital tersebut. Selain itu ada juga sering kali mengalami gangguan server, seperti pengguna dompet digital melakukan salah satu transaksi yaitu transfer dana yang dimana saldo milik pengguna sudah terpotong akan tetapi transaksi transfer tersebut tidak berhasil.

Dan dari masalah tersebut juga dapat diduga adanya unsur gharar terhadap dompet digital tersebut karena tidak adanya kejelasan transaksi bagi pengguna dompet digital dan mengakibatkan keuntungan bagi pihak lain. Al-qur'an dengan tegas menolak hadirnya gharar dalam kegiatan perekonomian dengan menyatakan bahwa para pihak dalam transaksi keuangan tidak berhak untuk menzalimi satu sama lain, karena gharar membangun ketidakadilan.<sup>11</sup> Dengan demikian penulis bermaksud mengangkat judul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**" pada penulisan skripsi ini.

### **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka diperlukan pembatasan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dibuat dikarenakan luasnya permasalahan penelitian agar lebih fokus untuk tidak keluar dari topik pembahasan yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompet Digital Pada Transaksi Jual Beli Dalam Perspektif Bisnis Islam.



**D. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli di Bandar Lampung?
2. Apakah persepsi masyarakat berpengaruh terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli di Bandar Lampung?
3. Bagaimana pandangan Islam terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli di Bandar Lampung?

**E. Tujuan Penelitian**

1. Penelitian ini dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli di Bandar Lampung.
2. Penelitian ini dapat mengetahui pengaruh persepsi masyarakat lokal terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli di Bandar Lampung.
3. Penelitian ini dapat mengetahui pandangan Islam terhadap penggunaan dompet digital pada transaksi jual beli.

**F. Manfaat Penelitian****1. Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui kualitas pelayanan dan persepsi masyarakat muslim Kota Bandar Lampung terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli jika ditinjau dari perspektif bisnis islam. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan, referensi serta kepustakaan tentang kualitas pelayanan dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan dompet digital terutama Gopay, OVO, SHOPEEPAY, DANA dan LinkAJa dari segi islam.

**2. Bagi Praktis, penelitian ini bermanfaat bagi:****a. Bagi Institusi**

Penelitian yang telah dilakukan diharapkan mampu bermanfaat bagi institusi sebagai saran untuk

institusi terkait dalam meninjau kualitas pelayanan yang ada pada dompet digital dan juga persepsi yang dimiliki masyarakat terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual menurut pandangan islam.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu cara penulis untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki mengenai digitalisasi di bidang bisnis dan keterkaitannya dengan perspektif Islam

c. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu serta wawasan yang bermanfaat, khususnya bagi masyarakat yang memanfaatkan aplikasi Gopay, OVO, SHOPEEPAY, DANA dan LinkAJa sebagai salah satu dompet elektroniknya.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dari beberapa literatur yang menjadi sumber referensi, terdapat beberapa jurnal yang topiknya sama, namun terdapat sisi persamaan dan perbedaan dari setiap pembahasannya. Hal ini dapat kita lihat dari penjelasan dibawah ini:

**Tabel 1.1**

### Daftar Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Dzakki Abdurrohim, Paramita Prananingtyas, dan Sartika Nanda Lestari (2019)	Analisis Yuridis <i>Digital Currency</i> (Mata Uang Digital) Dalam Perspektif Keuangan di Indonesia.	Penggunaan <i>digital currency</i> merupakan salah satu dari bentuk kemajuan teknologi pada sektor finansial. Pemerintah diberbagai negara juga mengambil kebijakan untuk mengatur penggunaan

			<i>digital currency</i> , baik dengan cara melarang, melegalkan maupun menjadikan <i>digiyal currency</i> dalam masa percobaan, namun mayoritas negara anggota <i>World Bank</i> melakukan penelitian terhadap <i>digital currency</i> sebelum mengeluarkan regulasi lebih lanjut. <sup>13</sup>
2.	Ahmad Izzan, dan Andri Piandri (2022)	Konsep uang Digital di Aplikasi Dana Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Berdasarkan konsep uang digital di aplikasi DANA perspektif hukum ekonomi syariah boleh. <sup>14</sup>
3.	Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> Pada Aplikasi Dan di Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, variabel kemudahan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan akan lebih sering memakai aplikasi Dana untuk transaksi.

<sup>13</sup> Muhammad Dzaki Abdurrohman, Paramita Prananingtyas, dan Sartika Nanda Lestari, "ANALISA YURIDIS DIGITAL CURRENCY (MATA UANG DIGITAL) DALAM PRESPEKTIF KEUANGAN DI INDONESIA," *Diponegoro Law Journal* 8, no. 1 (11 Januari 2019): 587–588, <https://doi.org/10.14710/dlj.2019.25353>.

<sup>14</sup> Ahmad Izzan dan Andri Piandi, "KONSEP UANG DIGITAL DI APLIKASI DANA PERSPEKTIF ISLAM HUKUM EKONOMI SYARIAH," *J-Hesy*, Vol. 01; No. 01 (2022): hal. 5.

			<p>Keragaeman layanan transaksi adalah layanan transaksi yang ada pada aplikasi DANA. Keragaman fitur adalah fitur yang diberikan pada aplikasi DANA selalu terbaru mengikuti <i>trend</i>. Inovasi produk adalah strategi pemasaran aplikasi DANA dengan mengeluarkan produk terbaru agar pengguna selalu menggunakannya.<sup>15</sup></p>
4.	Fitriyani, Parman Komarudin, dan Rahmatul Huda (2020)	Perspektif Ulama Banjarmasin Mengenai Dompot Digital.	<p>Hasil pertemuan dengan empat ulama yang terdaftar dalam Majelis Ulama Indonesia wilayah kota Banjarmasin menyatakan sepakat bahwa dompot digital hanyalah sebagai alat bantu pembayaran di jaman modern dalam bentuk aplikasi yang menyimpan uang dalam bentuk digital. Dari sisi kelebihan, secara umum uang</p>

---

<sup>15</sup> Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto, "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* PADA APLIKASI DANA DISURABAYA," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8, No. 1 (2020): hal. 1011.

			elektronik dapat mempermudah penggunaan dalam segala jenis transaksi khususnya transaksi jual beli. Namun dua ulama diantar empat ulama tersebut menyatakan adanya masalah di dalam dompet digital itu adalah dalam proses pengelolaan uangnya karena tidak adanya kejelasan akad di awal. <sup>16</sup>
5.	Jasri, Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, dan Sitti Hejarah (2021)	Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompet Digital Pada Transaksi Jual Beli	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, melalui sistem online ini memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam penggunaannya. Termasuk dalam transaksi pembayaran yang sudah berbasis digital atau yang disebut dengan dompet digital. Saat ini dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat berdasarkan temuan

---

<sup>16</sup> Fitriyani Parman, Komarudin dan Huda, "PERSFEKTIF ULAMA BANJARMASIN MENGENAI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL, PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH."

			melalui penelitian ini yaitu ovo, go-pay, dana, dan go-mobile. Preferensi masyarakat menggunakan dompet digital ini yaitu karena mendapatkan berbagai kemudahan, kenyamanan, dan keamanan. <sup>17</sup>
--	--	--	--

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam karya ilmiah ini, berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awa, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, penulis akan uraikan sistematika penulis yang terdiri dari :

### 1. Bagian Awal

Bagian Awal dalam penelitian ini mencakup halaman judul, abstrak persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar table, dan daftar gambar.

### 2. Bagian Inti

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi (1) Pengesahan Judul, (2) Latar Belakang Masalah, (3) Identifikasi dan batasan masalah, (4) Rumusan Masalah, (5) Tujuan Penelitian, (6) Manfaat Penelitian, (7) Kajian Penelitian Terdahulu yang relavan, (8) Sistematika Penulisan.

---

<sup>17</sup> Jasri, Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, Sitti Hajerah "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP ENGGUNAAN DMPET DIGITAL DANA PADA TRANSAKSI JUAL BELI," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1 (Mei 2021), hal. 115, <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMK..>



**BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Bab ini mennggambarkan tentang gambaran mengenai variabel penelitian dan pengajuan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan, (1) waktu dan tempat penelitian, (2) Pendekatan dan jenis penelitian, (3) Populasi, sampel, dan Teknik pengumpulan data, (4) Definisi operasional variabel, (5) Instrumen penelitian, (6) Uji validitas dan reliabilitas data, (7) Uji Hipotesis.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

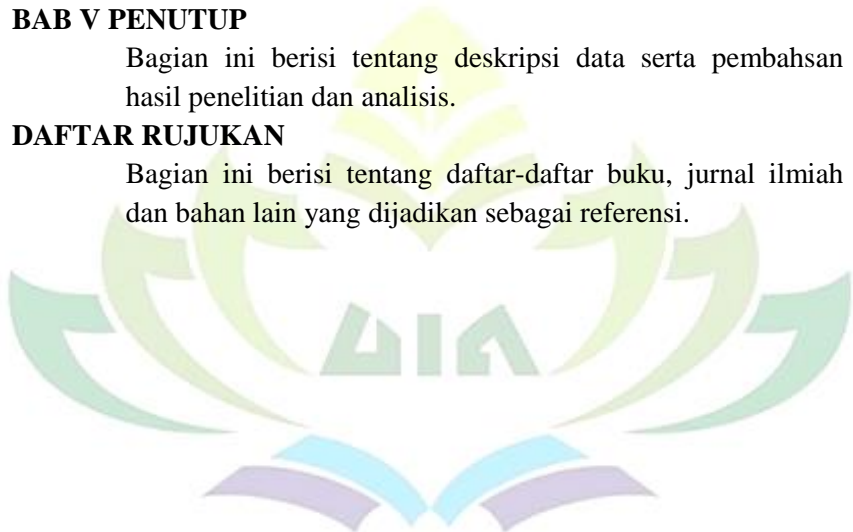
Bagian ini berisi tentang deskripsi data serta pembahsan hasil penelitian dan analisis.

**BAB V PENUTUP**

Bagian ini berisi tentang deskripsi data serta pembahsan hasil penelitian dan analisis.

**DAFTAR RUJUKAN**

Bagian ini berisi tentang daftar-daftar buku, jurnal ilmiah dan bahan lain yang dijadikan sebagai referensi.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

#### **A. Perilaku Konsumen**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, perilaku konsumen adalah suatu studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.<sup>18</sup> Sedangkan menurut Leon Schiffman dan Leslie Kanuk, perilaku konsumen adalah cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.<sup>19</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian tentang perilaku konsumen yang disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah seluruh proses yang dilakukan individu ketika mereka menghadapi tawaran sebuah produk, mulai dari aktivitas mengetahui hingga mengevaluasi produk tersebut.

Perilaku konsumen menjadi dasar bagi konsumen untuk membuat keputusan pembelian dan menggunakan sebuah produk. Setiap keputusan yang diambil oleh konsumen pasti didasarkan pada alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Proses pengambilan keputusan konsumen sangat terkait dengan masalah kejiwaan dan faktor eksternal. Dengan memahami perilaku konsumen, pemasar akan mudah untuk menggambarkan bagaimana proses keputusan itu dibuat.

---

<sup>18</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta : Erlangga), Jilid 01, Edisi 13, 2009.

<sup>19</sup> Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, "Perilaku Konsumen", (Jakarta: PT Indeks), 2008.

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Setiap konsumen selalu menginginkan kepuasan atau *utility* dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. *Utility* artinya produk tersebut memiliki fungsi membantu, berguna, dan menguntungkan. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut sebagian besar tidak dapat dikendalikan oleh pemasaran, tetapi harus diperhatikan. Dimana ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, di antaranya sebagai berikut:

- 1) Kebudayaan, dimana peran budaya sangat kuat mempengaruhi perilaku, keinginan, cara berfikir, persepsi, nilai dan preferensi seseorang.
- 2) Sosial, faktor sosial ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk perilaku konsumen. Hal tersebut berpengaruh terhadap caranya mengkonsumsi sebuah produk.
- 3) Psikologi, faktor ini dipengaruhi oleh keinginan seseorang untuk diakui, dianggap ada, dan diterima lingkungan. Beberapa hal psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah seperti motivasi, kepercayaan diri, *self esteem*, proses belajar, dan lain-lain.

## B. Kepuasan Konsumen

### 1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja produk memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau mengkonsumsi produk. Kepuasan konsumen ditentukan oleh dua variabel kognitif. Pertama, harapan pra pembelian (prepurchase expectation), yaitu keyakinan tentang kinerja yang diantisipasi dari suatu produk atau jasa. Kedua, disconfirmation, yaitu perbedaan antara harapan pra pembelian dan persepsi purna pembelian (post purchase perception). Dalam proses pembelian, konsumen sebelumnya telah mempunyai expectations atau harapan tertentu terhadap produk atau jasa yang akan dikonsumsikannya.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan perposan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang banyak dan memiliki kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

## **2. Manfaat Kepuasan Konsumen**

Beberapa manfaat dari kepuasan konsumen. Pertama, konsumen yang puas akan menceritakan pengalamannya kepada teman, saudara orang lain, artinya telah terjadi *word of mouth* positif. Dengan demikian pelanggan tersebut merupakan pengiklan yang baik bagi perusahaan, dengan tanpa perlu membayarnya. Kedua, pelanggan yang puas tidak segan-segan untuk membayar produk atau jasa yang dia konsumsi dengan harga lebih tinggi.

## **3. Kepuasan Konsumen Dalam Islam**

Teori pokok dalam analisis mikro ekonomi merupakan teori kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Dalam Islam, tujuan konsumsi yakni untuk memperoleh masalah sebanyakbanyaknya. Aturan konsumsi dalam Islam,

secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an dan Hadist Rasulullah, jika mereka mengkonsumsi sesuai dengan ajaran Islam, umat Islam akan dapat mencapai tingkat konsumsi yang baik atau memperoleh kepuasan yang maksimal dari konsumsi tersebut.<sup>20</sup>

#### 4. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono indikator, kepuasan konsumen dibagi menjadi 3, yaitu antara lain:

1. Konfirmasi harapan, dimana produk yang didapatkan sesuai dengan tingkat harapan konsumen.
2. Minat berkunjung kembali, dimana konsumen yang puas akan bersedia dengan berkunjung kembali dengan produk terkait.
3. Kesiediaan merekomendasikan, konsumen akan merekomendasikan kepada teman, keluarga maupun masyarakat lain setelah apa yang diperoleh sesuai dengan harapan.

### C. Kualitas Pelayanan

#### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Gronroos dalam buku Daryanto menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu rangkaian aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh pihak pemberi layanan yang bertujuan untuk memecahkan masalah konsumen.<sup>21</sup>

Menurut Daryanto dan Ismanto pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat, namun

---

<sup>20</sup> Suyoto Arif, "*Konsumen Rasional Dalam Perspektif Islam*", (Fakultas Syariah, Institusi Studi Islam Darussalam Gontor), hal 25.

<sup>21</sup> Daryanto dan Ismanto Setyabudi, "*Konsumen dan Pelayanan Prima*," (Yogyakarta; Penerbit Gava Media, 2014\$, hlm.13

pelayanan tidak dapat mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan terhadap dan terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan rangkaian aktivitas tidak berwujud yang dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan merupakan bentuk persepsi dari pelanggan atas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas pelayanan ukurannya ditentukan oleh pihak yang dilayani bukan oleh pihak yang melayani, karena mereka yang menikmati pelayanan. Sehingga mereka dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan terbagi atas :

### 1. Kualitas Layanan Internal

Kualitas layanan internal berkaitan interaksi dengan jajaran pegawai dengan fasilitas yang tersedia. Yang mempengaruhi kualitas layanan internal diantaranya yaitu:

- a. Pola manajemen umum perusahaan
- b. Penyediaan fasilitas pendukung
- c. Pengembangan sumber daya manusia
- d. Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- e. Pola insentif.

### 2. Kualitas Layanan Eksternal

Kualitas layanan eksternal ditentukan oleh beberapa factor yaitu:

- a. Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- b. Yang berkaitan dengan peyediaan barang.

## 2. Jenis-jenis kualitas pelayanan

Jenis pelayanan didasarkan pada ciri-ciri dan sifat kegiatan serta produk pelayanan yang dihasilkan, yaitu :



1. Pelayanan Administratif, adalah jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi, dan kegiatan atau lainnya yang secara keseluruhan menghasilkan produk akhir berupa dokumen, misalnya sertifikat, ijin-ijin, rekomendasi, dan lain sebagainya.
2. Pelayanan Barang, adalah pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan penyediaan dan atau pengolahan barang berwujud fisik termasuk distribusi dan penyampaiaannya kepada konsumen langsung (sebagai unit ataupun individu) dalam suatu sistem. Kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir wujud benda (fisik) misalnya pelayanan listrik, air bersih, dan pelayanan telepon.
3. Pelayanan Jasa, adalah jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa sarana dan prasarana serta penunjangnya. Produk akhirnya berupa jasa yang mendatangkan manfaat bagi penerimanya secara langsung dan habis terpakai dalam jangka waktu tertentu.

### 3. Indikator Kualitas Pelayanan

Setiap pelayanan yang memiliki kualitas terbaik, dapat dipergunakan untuk memberikan kepuasan optimal bagi pelanggan. Sehingga untuk mewujudkan kepuasan konsumen tersebut, menurut Lupiyoadi<sup>22</sup>, dapat diidentifikasi melalui 5 (lima) indikator kualitas layanan yaitu sebagai berikut:

- a. Bukti fisik (*tangibles*) adalah dimensi yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik,

---

<sup>22</sup> Lupiyoadi, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Salemba Empat Jakarta, hlm.148.

- perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
- b. Keandalan (*reliability*) adalah dimensi yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
  - c. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah dimensi yang berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
  - d. Jaminan (*assurance*) adalah dimensi perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
  - e. Empati (*empathy*) adalah dimensi dimana perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

## **D. Persepsi**

### **1. Pengertian Perspsi**

Menurut pandangan Schiffman dalam penelitian Ginting menjelaskan persepsi sebagai suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang lengkap tentang

duniannya.<sup>23</sup> Sedangkan Setiadi memaknai persepsi sebagai proses bagaimana stimuli-stimuli diseleksi, diorganisasikan, dan diinteprestasikan. Stimuli sendiri adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu seperti bentuk, suara, bau, dan rasa.<sup>24</sup> Dari beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses penerimaan stimulus melalui penginderaan yang membentuk kesan secara subjektif terhadap suatu hal.

## 2. Syarat dan Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Walgito seorang individu dapat menyadari dan membuat persepsi apabila beberapa syarat dapat terpenuhi. Syarat-syarat tersebut adalah adanya objek yang mampu merangsang timbulnya stimulus pada alat indera, adanya alat indera yang digunakan untuk menerima stimulus, dan syarat yang terakhir adalah adanya perhatian yang mendorong persepsi dapat terjadi.<sup>25</sup> Setelah semua syarat terpenuhi, selanjutnya persepsi akan mulai terbentuk dengan melalui beberapa tahapan, yaitu:

### a. Seleksi Perseptual

Seleksi dapat terjadi ketika seorang konsumen memilih sumber stimulus berdasarkan berbagai informasi yang telah masuk dalam memori konsumen (*psychological set*). Maka dari itu, sebelum seleksi terjadi maka stimulus harus mendapatkan perhatian dan persepsi selektif.

---

<sup>23</sup> Marissa Ginting, Pengaruh Persepsi dan Efisiensi Dalam Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money, (Medan: Skripsi Tidak Diterbitkan 2019), hal. 10

<sup>24</sup> Nugrohon J. Setiadi, Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 91-92.

<sup>25</sup> Khafiyah, Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai E-Money Terhadap Pelaku Pengguna Aplikasi Dana, Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora, Vol. 4; No. 2 (2020), hal 17. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.4.2.40-47>

b. Organisasi Perseptual

Organisasi perseptual dapat terjadi setelah konsumen melakukan pengelompokan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh guna mendapat pemahaman lebih baik dan dapat bertindak atas pemahaman tersebut.

c. Interpretasi Perseptual

Pada proses akhir ini, interpretasi terbentuk karena adanya pengalaman penggunaan di masa lampau yang masih tersimpan dalam memori konsumen. Maka dari itu, satu objek mampu menciptakan persepsi yang berbeda pada masing-masing individu.<sup>26</sup>

### 3. Indikator Persepsi

a. Tanggapan

Yaitu gambaran tentang sesuatu yang ditinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan atau setelah berfantasi. Tanggapan disebut pula kesan, bekas atau kenangan. Tanggapan kebanyakan berada dalam ruang bawah sadar atau pra sadar, dan tanggapan itu disadari kembali setelah dalam ruang kesadaran karena sesuatu sebab. Tanggapan yang berada pada ruang bawah sadar disebut talent (tersembunyi) sedang yang berada dalam ruang kesadaran disebut actueel (sungguh-sungguh).<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Nugrohon J. Setiadi, *Perilaku Konsumen...*, hal. 102-107.

<sup>27</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, Surabaya: Bina Ilmu, 1982, h. 43

## b. Pendapat

Dalam bahasa harian disebut sebagai: dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, pendapat subjektif “perasaan”.<sup>28</sup>

Adapun proses pembentukan pendapat adalah sebagai berikut:

1. Menyadari adanya tanggapan/pengertian karena tidak mungkin kita membentuk pendapat tanpa menggunakan pengertian/tanggapan.
2. Menguraikan tanggapan/pengertian, misalnya: kepada seorang anak diberikan sepotong karton berbentuk persegi empat. Dari tanggapan yang majemuk itu (sepotong, karton, kuning, persegi empat) dianalisa. Kalau anak tersebut ditanya, apakah yang kau terima? Mungkin jawabannya hanya “karton kuning” karton kuning adalah suatu pendapat.
3. Menentukan hubungan logis antara bagian-bagian setelah sifat-sifat dianalisa, berbagai sifat dipisahkan tinggal dua pengertian saja kemudian satu sama lain dihubungkan, misalnya menjadi “karton kuning”.

## c. Penilaian

Bila mempersepsikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan. Sebagaimana yang dikutip oleh Renato Tagulisi dalam bukunya Alo Liliwery dalam bukunya yang berjudul *Persepsi Teoritis*,

---

<sup>28</sup> Kartini Kartono, Psikologi Sosial untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri, Jakarta: Rajawali, 1991, h. 304

*Komunikasi Antar Pribadi*, menyatakan bahwa persepsi seseorang mengacu pada proses yang membuatnya menjadi tahu dan berfikir, menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang.<sup>29</sup>

## E. Jual Beli

### 1. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar barang atau jasa yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak. Menurut Rachmat Syafei, secara etimologi jual beli dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain).<sup>30</sup> Namun secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli tersebut di antaranya:

1. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan);
2. Menurut Imam Nawawi, dalam al-majmu yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan;
3. Menurut Ibnu Qudama, dalam kitab al-mugni, yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.

Jual beli adalah tukar menukar barang. Hal ini telah dipraktikkan oleh masyarakat prinitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar menukar barang, yaitu dengan sistem barter yang dalam terminologi fiqh disebut dengan *bai' al-muqqayyadah*.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut kamus bahasa arab *ba'a, yabi'un*,

---

<sup>29</sup> Alo Liliweri, *Persepsi Teoritis, Komunikasi antar Pribadi*, Bandung: Cipta Aditya Bakti, 1994, h. 173.

<sup>30</sup> Rachmat Syafei, *Penimbunan dan Monopoli Dagang Dalam Kajian Fiqih Islam*, (Jakarta: Departemen Agama- Mimbar Hukum, 2004), hlm. 73.

<sup>31</sup> Mifka, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2011), hlm. 168



*bai'an* artinya memperjual belikan barang.<sup>32</sup> Secara bahasa, kata *bai'* berarti pertukaran secara mutlak. Masing-masing dari kata *bai'* digunakan untuk menunjuk sesuatu yang ditunjuk oleh yang lain. Dan, keduanya adalah kata-kata yang memiliki dua makna atau lebih dengan makna-makna yang saling bertentangan.<sup>33</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا  
وَإَحْلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

*“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya” (Q.S.Al.Baqarah:275)*

<sup>32</sup> Mahmud Yunus, Kamus Arab Indonesia, (Jakarta: PT. Mahmud Yunus Wa Dzurriyyah, 2010), hlm.75.

<sup>33</sup> Sayyid Sabiq, Fikih Sunnah, (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2014), Jilid V, hlm. 158.

Dalam Hadist lain yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang berbunyi, Rasulullah SAW bersabda yang artinya: *Dari Hurairah RA. Rasulullah SAW mencegah dari jual beli melempar kerikil dan jual beli gharar* (H.R. Muslim) (Muslim, t.th : 156-157).

Berdasarkan hadist diatas bahwa jual beli hukumnya mubah atau boleh, namun jual beli menurut Imam Asy Syatibi hukum jual beli bisa menjadi wajib dan bisa haram seperti ketika terjadi ihtikar yaitu penimbunan barang sehingga persediaan dan harga melonjak naik. Apabila terjadi praktek semacam ini maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual baraaang sesuai dengan harga dipasaran dan para pedagang wajib memenuhi ketentuan pemerintah didalam menentukan harga dipasaran serta pedangan juga dapat dikenakan saksi karena tindakan tersebut dapat merusak atau mengacaukan ekonomi rakyat.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah jaiz (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.

### **3. Syarat dan Rukun Jual Beli**

#### **1. Syarat Sah Jual Beli**

Adapun syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut:<sup>34</sup>

##### **a) Syarat-syarat orang yang berakad.**

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> Abdul Rahman Ghazali, Fiqh Muamalat, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019), hlm. 71-76.

1. Berakal, oleh sebab itu tidak sah orang gila dan anak kecil yang belum mumayyiz melakukan akad.
2. Yang melakukan akad itu ialah orang yang berbeda. Tidak sah hukumnya seseorang yang melakukan akad dalam waktu yang bersamaan maksudnya seseorang sebagai penjual sekaligus pembeli.

b) Syarat yang berkaitan dengan ijab dan qabul

1. Orang yang mengucapkan ijab dan qabul telah balig dan berakal.
2. Kabul sesuai dengan ijab yang sudah disepakati.
3. Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Artinya kedua belah pihak saling bertatap muka dalam transaksi jual beli.

c) Syarat-syarat barang yang diperjual belikan (*Ma'qud 'Alaih*)

Syarat-syarat yang berkaitan terhadap barang yang diperjual belikan adalah sebagai berikut:

1. Barang yang diperjual belikan ada. Dan jika ternyata barang yang diperjual belikan tidak ada, maka harus ada kesanggupan dari pihak penjual untuk mengadakan barang tersebut.
2. Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia
3. Hak milik sendiri atau milik orang lain dengan kuasa atasnya.

4. Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

b. Syarat-syarat nilai tukar (harga barang)

1. Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
2. Boleh diserahkan pada waktu akad.
3. Apabila jual beli yang dilakukan dengan saling mempertukarkan (barter), maka barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang haram.

2. Rukun Jual Beli

Jual beli dianggap sah apabila sudah terpenuhi rukun dan syaratnya. Maksudnya adalah, apabila seseorang akan melakukan Jual beli harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Unsur-unsur yang menyebabkan sahnya jual beli terpenuhi. Adapun rukun yang dimaksud dapat dilihat dari pendapat ulama di bawah ini adalah:

- a. Adanya penjual dan pembeli
- b. Adanya barang yang diperjualbelikan
- c. *Sighat*

Jadi sebagaimana yang telah disebutkan di atas bahwa jika suatu pekerjaan tidak terpenuhi rukun-rukunnya maka pekerjaan itu akan batal karena tidak sesuai dengan syara' begitu juga dalam hal jual beli harus memenuhi ketiga rukun-rukun tersebut.

## F. Digital Payment

### 1. Pengertian Digital Payment

Pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik<sup>35</sup>. Pembayaran digital dilakukan menggunakan software tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponen-komponen utama dari sistem pembayaran digital antara lain: aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut.

Sistem pembayaran secara digital menyediakan cara pembayaran untuk pembelian barang ataupun jasa melalui internet. Berbeda dengan sistem pembayaran biasanya, pelanggan mengirimkan seluruh data yang berkaitan dengan pembayaran kepada penjual melalui internet, tidak ada interaksi eksternal yang jauh antara pelanggan dan penjual (dengan mengirimkan faktur melalui email atau konfirmasi melalui fax). Saat ini sistem pembayaran secara elektronik sudah sangat banyak, diantaranya ialah Gopay, OVO dan DANA.

Saat ini penggunaan digital payment sudah mendominasi kaum generasi X, Y, dan Z. Transaksi menggunakan digital memang terbilang mudah dan praktis selain itu benefit lain dari penggunaan transaksi melalui digital payment dan fintech ialah adanya promosi-promosi yang didapatkan seperti cashback, dan diskon.<sup>36</sup> Pembayaran elektronik adalah pembayaran yang dilaksanakan secara elektronik. Di dalam

---

<sup>35</sup> A. Susanty, H. Santoso, and P. Nursyachbani, "Analisis Jenis Layanan Pendidikan Dan Non Pendidikan Yang Penting Bagi Peningkatan Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus: Fakultas Teknik Universitas Diponegoro)," *Jati Undip J. Tek. Ind.*, vol. 13, no. 1, p. 7, 2018, doi: 10.14710/jati.13.1.7-16.

<sup>36</sup> Komarudin dan Huda, "PERSFEKTIF ULAMA BANJARMASIN MENGENAI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL, PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH."

pembayaran elektronik uang di simpan, di proses, dan di terima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inialisasi melalui alat pembayaran elektronik.

## **2. Manfaat Digital Payment**

1. Mampu mendorong efisien ekonomi. Dengan adanya layanan yang lebih mudah dan cepat dalam proses pembayaran perekonomian bisa semakin maju. Hal tersebut terjadi karena akan semakin banyak orang yang melakukan transaksi untuk berbagai bidang.
2. Mampu membuat pengeluaran menjadi lebih hemat. Hal tersebut terjadi karena umumnya pembayaran online sering mengadakan diskon atau potongan harga bagi pengguna.
3. Pembayaran digital sudah dilengkapi teknologi canggih yang memungkinkan keamanan pengguna saat bertransaksi lebih terjamin.
4. Dengan adanya digital payment, pelanggan bisa menjadi lebih nyaman. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga membuat transaksi berulang terus dilakukan.

## **3. Kelebihan dan Kekurangan Digital Payment**

Kelebihan yang dimiliki digital payment ialah sebagai berikut:

1. Transaksi menjadi lebih efisien, dibandingkan pembayaran dengan uang tunai, pembayaran digital mampu memberikan tingkat efisiensi yang tinggi. Pengguna hanya perlu menggunakan ponsel, internet banking, dan layanan online lainnya untuk dapat bertransaksi secara cepat dan mudah.
2. Layanan digital payment sangat fleksibel karena tidak mengenal batas waktu. Kapan saja membutuhkannya, pengguna bisa langsung

bertransaksi secara mudah meskipun pada hari libur. Pengguna bisa bertransaksi dari mana saja selama terhubung dengan layanan internet.

3. Mengetahui risiko yang perlu ditanggung saat menggunakan layanan online, pihak penyedia digital payment terus melakukan perkembangan sehingga keamanan transaksi bisa selalu dijaga. Hal tersebut tentu dapat memberikan kepercayaan kepada seluruh pengguna saat bertransaksi. Digital payment telah terbukti dapat mengatur semua proses keuangan secara lebih baik.

Dan adapun kekurangan yang dimiliki oleh digital payment ialah sebagai berikut:

1. Kunci utama dari sistem pembayaran ini adalah koneksi internet. Jika tidak terhubung dengan layanan internet, transaksi digital payment tidak bisa dilakukan. Meskipun saat ini koneksi internet sudah biasa digunakan, namun ketika kesulitan mendapatkan sinyal pelanggan akan kesulitan bertransaksi.
2. Perkembangan teknologi yang semakin berkembang membuat para penjahat beralih mengikuti perkembangannya. Hal ini memungkinkan risiko transaksi digital payment terkena *hacker* menjadi cukup tinggi.
3. Pembayaran menggunakan digital payment memang lebih cepat, namun sayangnya seluruh informasi transaksi juga akan tersimpan di perusahaan penyedia layanan pembayaran. Beberapa informasi yang umumnya tersimpan meliputi jumlah dana, waktu pembayaran, data penerima, dan lain sebagainya. Hal ini menjadi penyebab kurangnya privasi pada sistem pembayaran digital payment.



## G. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan jawaban yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting guna mencapai keberhasilan perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen semakin baik, maka kualitas pelayanan dapat berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian terdahulu, Setiawan dan Frianto, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>37</sup>

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli.

### 2. Persepsi masyarakat terhadap penggunaan dompet digital pada transaksi jual beli

*Schmitt* dan *Schmitt* mencetuskan bahwa persepsi merupakan salah satu penentu tindakan seseorang atau kelompok orang ketika berinteraksi dengan sesuatu diluar dirinya. Hasil peneliti terdahulu, Jasri, Indah, Andi dan Sitti, menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan dompet digital pada transaksi jual beli dalam tinjauan islam umumnya

---

<sup>37</sup> Bayu Putra Setiawa dan Agus Frianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian), *Jurnal of Business and Innovation Management*, Vol. 03, No. 03, Juni 2021.

positif, karena penggunaan dompet digital dalam bertransaksi dapat memudahkan masyarakat.<sup>38</sup>

H1: Persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan dompet digital dalam transaksi jual beli

## H. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Kerangka berpikir dapat disajikan dengan bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti serta keterkaitan antar variabel yang diteliti<sup>39</sup>.

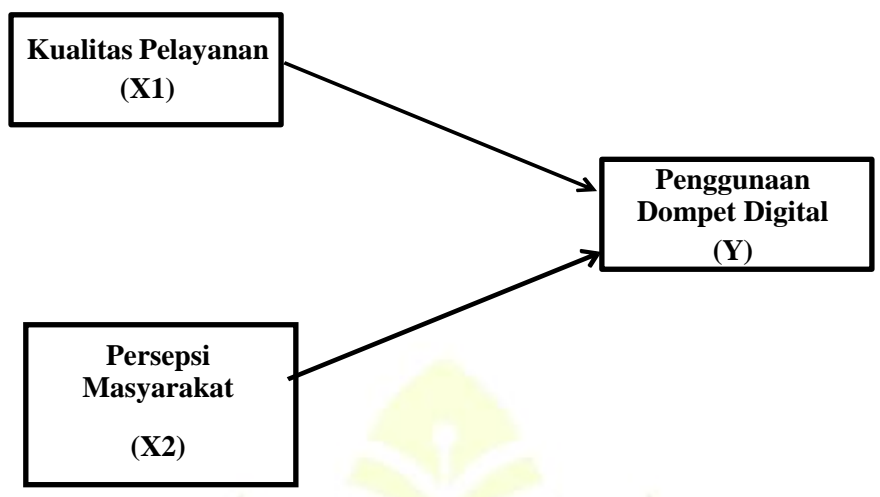
Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompet Digital di kalangan masyarakat kota Bandar Lampung. Dalam penelitian ini, kerangka dasar pemikiran digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>38</sup> Jasri, Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, Sitti Hajerah "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP ENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA PADA TRANSAKSI JUAL BELI," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1 (Mei 2021), hal. 115, <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMK..>

<sup>39</sup> Dominikus Dolet Unaradjan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya. 2019)92.

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Berpikir**



## DAFTAR RUJUKAN

### BUKU

- Ghazaly, H. A. R. (2019). *Fiqh munakahat*. Prenada Media.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mifka, S. A. (2011). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*/Mardani.
- Sabiq, S. (2009). *Fikih Sunnah-Jilid 4*. Cakrawala Publishing.
- Syafei, R. (2004). *Penimbunan dan Monopoli Dagang Dalam Kajian Fiqih Islam*. Jakarta: Departemen Agama-Mimbar Hukum.
- Yunus, M. (1973). *kamus Arab-indonesia*. Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al Qur'an.

### JURNAL

- Abdurrohim, M. D., Prananingtyas, P., & Lestari, S. N. (2019). ANALISA YURIDIS DIGITAL CURRENCY (MATA UANG DIGITAL) DALAM PRESPEKTIF KEUANGAN DI
- Abrilia, N. D. (t.t.). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA.
- Anggraini, N. D. (2023). Sistem pembayaran elektronik (e-Payment) di aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam [Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/51779/>
- Arif, Suyoto. KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM. Fakultas Syariah, Institusi Islam Darussalam Gontor. DANA [Diploma, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati]. <http://web.syekhnurjati.ac.id>
- Houston, D. D. (2020). ADOPSI PENERIMAAN DIGITAL PAYMENT PADA KALANGAN
- <https://doi.org/10.14710/dlj.2019.25353>
- <https://doi.org/10.31092/jmkg.v6i2.1699>
- <https://doi.org/10.51903/manajemen.v1i1.197>
- INDONESIA. Diponegoro Law Journal,8(1), Article 1.

- Izzan, A., & Piandi, A. (2022). KONSEP UANG DIGITAL DI APLIKASI DANA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. 01(01).
- Jasri, J., Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, & Sitti Hajerah. (2021). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI. MANAJEMEN,1(1), 110–115.
- Komarudin, P., & Huda, R. (t.t.). PERSFEKTIF ULAMA BANJARMASIN MENGENAI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL, PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH.
- Maulidah, H., Krisdiyawati, K., & Utami, E. U. S. (2022). Peran Financial Technology Berbasis Digital Payment System E-Wallet dalam Meningkatkan Literasi Keuangan. Owner, 6(4), 3324–3332. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1105>
- MILENIAL. MEDIUM, 7(2), 55–67. [https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Mubarak, D. A., Akhmadi, M. H., & Wati, E. N. (2022). Implementasi Sistem Aplikasi Pembayaran Digital Payment Dalam Pelaksanaan Pembayaran Berbasis Cashless di Masa Pandemi Covid-19. JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK, 6(2), 115–122.
- Pratiwi, D. S., & Nuryana, I. K. D. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANsA. Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI), 2(4), Article 4.
- Primandari, A. H., & Kesumawati, A. (2022). Digital Payment: Pandangan Islam dan Reaksi di Media Sosial. Sains dan Kesehatan dalam Perspektif Islam 1, 7–11.
- Setiawan Bayu P dan Frianto A, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian), Jurnal of Business and Innovation Management.
- SRIHARDIANTI, D. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP

KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI  
DOMPET DIGITAL

Susiawati, W. (2017). Jual beli dan dalam konteks kekinian. Jurnal  
Ekonomi Islam, 8(2), 171- 184.



# LAMPIRAN





## Lampiran I : Lembar Kuesioner

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yang terhormat saudara/i responden, sebelumnya perkenalkan saya Desya Puspita Sari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Intan Lampung program studi Manajemen Bisnis Syariah yang ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jual Beli Dalam Perspektif Bisni Islam”. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuesioner ini dengankriteria :

1. Pengguna Dompot Digital di Bandar Lampung
2. Pernah menggunakan Aplikasi Dompot Digital
3. Usia yang produktif

Terimakasih saya ucapkan atas kesediaan saudara/i sebagai responden dalam penelitian ini.Salam Hormat saya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

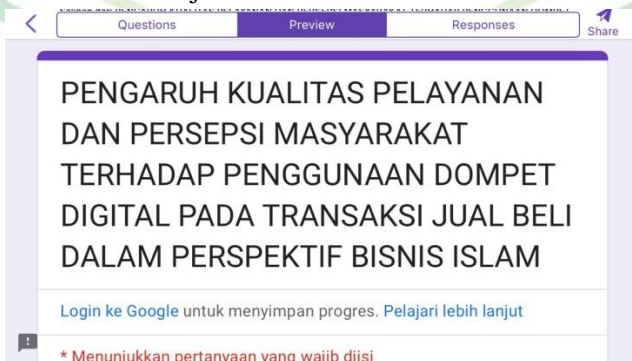
### A. Petunjuk Pengisian

1. Tulis identitas saudara/i dengan benar dan lengkap pada tempat yang telatdisediakan.
2. Berilah tanda *checklist* (  $\checkmark$  ) pada alternatif jawaban sesuai dengan diri anda, dengan ketentuan sebagai berikut.
 

SS	: Sangat Setuju
S	: Setuju
N	: Netral
TS	: Tidak Setuju
STS	: Sangat Tidak Setuju
3. Mohon semua pernyataan diisi tanpa ada yang terlewat.
4. Tidak diperkenankan memilih jawaban lebih dari satu.

**B. Identitas Responden**

5. Nama :
6. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
7. Usia :
  - a. Umur 17- 25
  - b. Umur 26-35
  - c. Umur 36-45
8. Pekerjaan anda saat ini :
  - a. Mahasiswa
  - b. Karyawan
  - c. Wiraswasta
  - d. Lainnya...
9. Apakah anda pernah menggunakan Dompot Digital.
  - a. Ya
  - b. Tidak
10. Dompot Digital apakah yang sering anda gunakan
  - a. DANA
  - b. OVO
  - c. GOPAY
  - d. SHOPEEPAY
  - e. LinkAja



The image shows a screenshot of a Google Forms survey. At the top, there are three tabs: 'Questions', 'Preview', and 'Responses', with 'Preview' selected. A 'Share' button is visible on the right. The main content of the form is the title: 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM'. Below the title, there is a link: 'Login ke Google untuk menyimpan progres. Pelajari lebih lanjut'. At the bottom, there is a red asterisk followed by the text '\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi'.

## Kolom Pertanyaan dan Jawaban

### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>						
1.	Ketersediaan layanan dompet digital untuk membantu pelanggan dalam layanan dompet digital cukup baik					
2.	Respon layanan dompet digital sangat cepat					
3.	Tersedianya Call Center 24 jam untuk melayani pelanggan					
4.	Kesigapan dalam merespon keluhan pelanggan					
<i>Reliabilitas (Keandalan)</i>						
1.	Memiliki standar pelayanan yang jelas					
2.	Selalu memberikan notifikasi ketika merilis informasi terbaru					
3.	Informasi pada dompet digital sangat mudah di akses					
4.	Seringkali memberikan potongan harga atau kupon					
<i>Assurance (Jaminan)</i>						
1.	Menyediakan jaminan keamanan yang tegas terhadap privasi pelanggan					
2.	Merasa lebih aman saat bertransaksi menggunakan dompet digital					
3.	Dapat menyimpan saldo lebih dari Rp. 1.000.000; dalam aplikasi dengan aman					
4.	Dompet digital memberikan ketelitian					

## 2. Persepsi Masyarakat

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Tanggapan</i>						
1.	Saya merasa bahwa dompet digital memiliki perhatian untuk memberikan pelayan terbaik bagi pelanggannya					
2.	Saya merasa bahwa dompet digital memiliki itiqad baik untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya					
<i>Pendapat</i>						
1.	Menurut saya menggunakan dompet digital untuk melakukan transaksi online tidak beresiko					
2.	Saya lebih memilih menggunakan dompet digital dalam bertransaksi karena lebih efisien dibandingkan tunai					
<i>Penilaian</i>						
1.	Saya percaya data pribadi akan diprivasi oleh penyelenggara dompet digital					
2.	Transaksi menggunakan dompet digital memberikan rasa aman					
3.	Keamanan dompet digital terjamin saat bertransaksi					

## 3. Penggunaan Dompet Digital

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Kemudahan Penggunaan</i>						
1.	Dengan menggunakan dompet digital tidak harus menggunakan uang tunai					
2.	Dompet digital dapat digunakan dimana saja					
3.	Dompet digital dapat diakses 24 jam pada saat saya membutuhkan					

<i>Manfaat Penggunaan</i>					
1.	Belanja online lebih cepat menggunakan dompet digital				
2.	Membeli makanan dirumah makan lebih praktis menggunakan dompet digital				
3.	Dengan adanya dompet digital melakukan transaksi apapun menjadi lebih mudah				
<i>Sikap Penggunaan</i>					
1.	Saya senang sudah menginstal aplikasi dompet digital di <i>smartphone</i>				
2.	Saya merasa nyaman menggunakan dompet digital				
3.	Saat menggunakan dompet digital saya merasa khawatir saldo berkurang tanpa adanya transaksi				
4.	Saya khawatir mengalami kerugian saat menggunakan dompet digital				
<i>Kecenderungan Penggunaan</i>					
1.	Saya akan terus menggunakan dompet digital untuk berbelanja online maupun offline				
2.	Saya akan terus menggunakan dompet digital untuk transfer uang				
3.	Saya akan menceritakan keuntungan dalam menggunakan dompet digital pada orang lain				

## Lampiran II : Data Responden

<b>NAMA</b>	<b>UMUR</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>	<b>PEKERJAAN</b>
Saddam Aldigara Al Basy	17-25 Tahun	Laki-Laki	Karyawan
Defina	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Zakky Al Basy	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Indra Gandhi	36-45 Tahun	Laki-Laki	ASN
Vandoe	17-25 Tahun	Laki-Laki	Karyawan
Rubaiyah	36-45 Tahun	Perempuan	GURU
Hermanto	26-35 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta
fellisa Karenिया	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Rusdi Efendi	26-35 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta
Sarjaka	36-45 Tahun	Laki-Laki	ASN
Aditya	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Anisa ade	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Khairunnisa	17-25 Tahun	Perempuan	Student
Shella Marcela	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Divina	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Adli	26-35	Laki-Laki	Karyawan

	Tahun		
Syamila Yasmin Muthmainnah	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Ame	17-25 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Nabila	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Maria sari	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Aire	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Jingga	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Michelle Stephanie	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Sofia	17-25 Tahun	Perempuan	Karyawan
Fathimah Az Zahra	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Devine	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Nana	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Zidan Abiyyu	17-25 Tahun	Laki-Laki	SMK
Juan	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Haru	17-25 Tahun	Laki-Laki	pelajar
Gabriella Jesyca	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Aurellie	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Slaint	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa



NH	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Yasa	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Farros	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Fadia	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Angelina	17-25 Tahun	Perempuan	Karyawan
Hanny	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Dania	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Shefia Amira	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Irene Phoebe Vandeleazar Sharonie	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Maulin	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Asya	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Zizi	17-25 Tahun	Perempuan	Irt
Anna	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Erva Nadiata	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Sania Rahma	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Anita Dwisari	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Evita Sandrina	26-35 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Irham	26-35	Laki-Laki	Karyawan

Gibralin	Tahun		
Fii	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Evita Aulia	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Frikha	26-35 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Zalfa Natasya	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Dania Olina	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Laneya Jasmine	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Nika	17-25 Tahun	Perempuan	Karyawan
Belva Maharani	36-45 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Arumanika	26-35 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Marley	17-25 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta
Fahmi Saputra	26-35 Tahun	Laki-Laki	Karyawan
Khulfi	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Fia nika	17-25 Tahun	Perempuan	Karyawan
Fatin Saputri	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Frada	17-25 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta
Mala Hayati	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Kumala Sari	36-45 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Deandra	17-25	Perempuan	Mahasiswa

Aulia	Tahun		
Maura Adinata	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Salma Natasya	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Sheva	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Zeekara Putri	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Amara Agustina	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Siska Putri	36-45 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
Bintang Caca	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Indah Safitri	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Santi Farahmida	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Zaskia Fahmida	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Sita Anarisa	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Ali Rahmad	26-35 Tahun	Laki-Laki	Karyawan
Denis Parisya	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Arkhan Atfali	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Antika Ratna Sari	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
Ika Fadilah	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Qirana Putri	26-35 Tahun	Perempuan	Karyawan
IM	17-25	Perempuan	Mahasiswa

	Tahun		
Abdul Hafizh	26-35 Tahun	Laki-Laki	Karyawan
Ata	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Aisyah Nurul Hidayah	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Satya Yala Reksanegara	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Belle	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Mahdina Nurul Haqqi	17-25 Tahun	Perempuan	pelajar
Ares	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Marvelio	17-25 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
Katherine	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
gavian lucent	17-25 Tahun	Laki-Laki	pelajar SMA
Kath	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
Hanum Dyaksa	17-25 Tahun	Perempuan	Pelajar
Rahma Allya Riady	17-25 Tahun	Perempuan	Mahasiswa





**Lampiran IV : Hasil Uji Validitas**

	KP	P	PM
X1.1	0.811		
X1.10	0.517		
X1.12	0.555		
X1.2	0.707		
X1.3	0.662		
X1.4	0.680		
X1.5	0.752		
X1.7	0.542		
X1.8	0.556		
X1.9	0.635		
X2.1			0.661
X2.2			0.695
X2.3			0.598
X2.4			0.638
X2.5			0.661
X2.6			0.719
X2.8			0.638
Y11		0.694	
Y13		0.544	
Y3		0.540	
Y4		0.600	
Y5		0.790	
Y6		0.668	
Y7		0.787	
Y8		0.677	





### Lampiran V : Hasil Uji Reabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
KP	0.825	0.824	0.864	0.392
P	0.819	0.834	0.864	0.447
PM	0.788	0.791	0.843	0.435

### Lampiran VI : Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O-STDEV)/M)	P values
KP -> P	0.273	0.284	0.105	2.601	0.009
PM -> P	0.496	0.504	0.097	5.133	0.000

### Lampiran VII : Hasil Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted
P	0.522	0.512



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
 Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: [www.radenintan.ac.id](http://www.radenintan.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B-0869 / Un.16/ P1/ KT/ III/ 2024

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
 NIP : 197308291998031003  
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Karya Ilmiah Dengan Judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP  
 PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF BISNIS  
 ISLAM (Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
DESYA PUSPITA SARI	1951040272	FEBI/ MBS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 14 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir .

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Bandar Lampung, 22 Maret 2024  
 Kepala Pusat Perpustakaan

Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
 NIP. 197308291998031003

**Ket:**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository.
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH KUALITAS  
PELAYANAN DAN PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP  
PENGUNAAN DOMPET  
DIGITAL PADA TRANSAKSI JUAL  
BELI DALAM PERSPEKTIF  
BISNIS ISLAM (Studi Penelitian  
Pada Masyarakat Kota Bandar

**Submission date:** 22-Mar-2024 10:34AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2327496754

**File name:** TURNITIN\_-\_DESYA\_PUSPITA\_SARI.docx (015.8K)

**Word count:** 5991

**Character count:** 37524

Lampung)

by PERPUSTAKAAN UIN RIL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL  
PADA TRANSAKSI JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM  
(Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

Student Paper

5%

2

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Student Paper

1%

3

Nur Sabiatul Aulia, Sugianto Sugianto, Nurul  
Jannah. "Determinan Keputusan Penggunaan  
Dompot Digital Dengan Minat Guna sebagai  
Variabel Intervening:", El-Mujtama: Jurnal  
Pengabdian Masyarakat, 2022

Publication

1%

4

Ilham K. "PENGARUH KOMPENSASI,  
KEPEMIMPINAN, DAN DISIPLIN KERJA  
TERHADAP KINERJA PEGAWAI (STUDI KASUS  
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG  
MAKASSAR", Journal Ekonomi Manajemen  
dan Akuntansi STIE Wira Bhakti Makassar  
Internasional, 2020

Publication

1%

5	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	1 %
6	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	1 %
7	Zekiyatul Lutfiyah, Fathor AS. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Destobasi terhadap Loyalitas Pengunjung Wisata Mangrove dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2023 Publication	1 %
8	Syaifullah Syaifullah, Ramdany Ramdany. "MENGUKUR TINGKAT KEPATUHAN KEPABEANAN PERUSAHAAN EKSPORT DAN IMPORT DI INDONESIA", JURNAL AKUNTANSI, 2020 Publication	1 %
9	Achmad Bahroni. "Hak Penambangan Pasir Oleh Masyarakat Lokal di Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri", Transparansi Hukum, 2018 Publication	1 %
10	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1 %
11	Devia Lorensa,, Sukisno Slamet Riadi,, Dirga Lestari,. "Pengaruh Stress Kerja dan	<1 %

Kesempatan Promosi terhadap Komitmen Organisasional dan Turnover Intention Karyawan", Jurnal Bisnis dan Manajemen, 2020

Publication

---

12	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1%
13	Submitted to Universitas Muhammadiyah Tangerang Student Paper	<1%
14	Submitted to University of Leicester Student Paper	<1%
15	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	<1%
16	Submitted to Universitas Siliwangi Student Paper	<1%

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 5 words

Exclude bibliography  On