

Analisis Keputusan Pembelian Produk *Shopee Affiliate* pada Perilaku Konsumen Muslim Mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018

Arti Cipta Nurfadhilla^{*}, Nanik Eprianti, Intan Manggala

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

^{*}articiptan@gmail.com, nanikeprianti@gmail.com, intanmanggala267@gmail.com

Abstract. Rapid technological changes have an impact on the way purchases are made by the public, there are many shopping media that are easily accessible such as Shopee Affiliate which is now a trend and one of the users is a 2018 Islamic faculty student who chooses to choose online shopping because currently the choice in online transactions is considered more affordable. easy and practical, but in deciding to buy must also use the concept of behavior in accordance with Islamic teachings. The purpose of the study is to analyze how the purchasing decisions made by the 2018 Sharia faculty students, how the concept of consumer behavior according to the Islamic view, and how the analysis of Muslim consumer behavior towards the purchasing decisions of Shopee Affiliate products, quantitative research methods with descriptive approaches, types of research data field Research, research using primary and secondary data sources, with data collection techniques through questionnaires, data analysis techniques using validity tests, reliability tests. Classical assumption test, and simple regression analysis technique. The results show that first, the purchasing decisions made by students get high scores. Second, the concept of consumer behavior in Islam is to achieve 3 principles, namely spending wealth in goodness and staying away from miserliness, combating wasteful actions and simple attitudes. The third Ho is rejected and Ha is accepted, the consumer behavior of the 2018 Islamic faculty students understands and is in accordance with the concept of Muslim consumer behavior.

Keywords: *Consumer Behavior, Purchase Decision, Shopee Affiliate.*

Abstrak. Perubahan teknologi yang semakin pesat berdampak pada cara pembelian yang dilakukan oleh masyarakat, banyaknya media berbelanja yang mudah diakses seperti Shopee Affiliate yang sekarang menjadi trend dan salah satu penggunanya adalah mahasiswa fakultas syariah Angkatan 2018 memilih memutuskan belanja online karena saat ini pilihan dalam bertransaksi online dirasa lebih mudah dan praktis, namun dalam memutuskan pembelian harus pula menggunakan konsep perilaku yang sesuai dengan ajaran islam. Tujuan penelitian untuk menganalisis bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018, bagaimana konsep perilaku konsumen menurut pandangan islam, dan Bagaimana analisis perilaku konsumen muslim terhadap keputusan pembelian produk Shopee Affiliate, metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, jenis data penelitian field Research, penelitian menggunakan sumber data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner, teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas. Uji asumsi klasik, dan teknik analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa memperoleh nilai yang tinggi Kedua, konsep perilaku konsumen dalam islam adalah mencapai 3 prinsip yaitu menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, memerangi tindakan mubadzir dan sikap sederhana. Ketiga Ho ditolak dan Ha diterima, perilaku konsumen mahasiswa fakultas syariah angkatan 2018 sudah memahami dan sesuai dengan konsep perilaku konsumen muslim.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Shopee Affiliatel.*

A. Pendahuluan

Teknologi sekarang ini berkembang dengan pesat seiring dengan perkembangan zaman yang semakin *modern*, hal ini membuat kehidupan yang dijalani juga mengikuti modernisasi, termasuk juga dengan kegiatan bisnis salah satunya dengan hadirnya berbagai e-commerce sekarang ini banyak digunakan di Indonesia.

Berbagai barang yang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang ini bisa dibeli melalui *E-commerce*, salah satu *E-commerce* terbesar di Indonesia saat ini adalah *Shopee* dengan total kunjungan harian sebesar 33 juta pelanggan, dengan ini menjadikan aplikasi *Shopee* semakin banyak digunakan oleh konsumen sebagai tempat untuk mendapatkan berbagai produk yang sedang diinginkan dan dicari.

Di tahun 2021 *Shopee* menghadirkan program baru dengan tujuan menjangkau konsumen lebih banyak melalui *platform* media sosial yaitu *Shopee Affiliate*. *Shopee Affiliate* merupakan program yang mengajak para *Creator* untuk berkreatifitas membuat dan mempromosikan konten produk-produk favorit yang dibagikan melalui *platform* media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook dan Tiktok[1] untuk menarik konsumen agar berbelanja melalui link produk yang dipromosikan.

Mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018 merupakan mahasiswa yang sudah menempuh mata pelajaran Fiqih Muamalah dan Etika Bisnis maka mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018 dianggap sudah memahami konsep konsumen yang sudah sesuai dengan syariat Islam. di lapangan berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018 secara kuisioner ditemukan fakta masih banyak mahasiswa melakukan pembelian produk melalui link *Shopee Affiliate* tidak berdasarkan kebutuhan barang yang dibelinya, rela mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk membeli barang yang diinginkan, membeli barang yang sedang trend untuk menunjang penampilan.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup tentu saja manusia melakukan kegiatan konsumsi, dan kegiatan konsumsi yang dilakukan tentu melibatkan keputusan pembelian. Dalam menentukan keputusan dalam pembelian barang atau produk, konsumen dalam hal ini mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai aspek yang menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembelian produk melalui *Link Shopee Affiliate*, Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Aspek yang menjadi pertimbangan keputusan pembelian adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Konsumsi yang dilakukan juga harus sesuai dengan perilaku konsumen dalam syariat islam, dalam prinsipnya islam mengajarkan untuk hidup selalu bersyukur dan hemat. Prinsip konsumen muslim mengajarkan umatnya untuk senantiasa bersyukur dan hidup hemat dan tidak bermewah mewahan (*abstain from wastful and luxurius living*) bahwa Tindakan ekonomi diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan hidup (*needs*) bukan pemuas keinginan (*wants*)[2]Kegiatan konsumsi harus mengutamakan masalah yaitu merupakan tujuan hukum syariat yang paling utama baik mengandung manfaat maupun mengilangkan mudharat, Konsep ini mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, baik urusan agama, sosial, maupun ekonomi. Masalah sendiri dapat dicapai melalui dua cara yaitu mewujudkan manfaat (Pemenuhan kebutuhan manusia) dapat dicapai melalui kebaikan dan kesenangan manusia yang disebut dengan *jalb al manafi*, dan menghindari kerusakan atau madharat[3]

Dalam islam dilarang melakukan perbuatan konsumsi yang mengakibatkan *israf* dan *tabzir*, *israf* adalah melakukan sesuatu dengan berlebihan dan menimbulkan sifat tidak puas dengan apa yang di dapat (pemborosan) dan *tabzir* berarti menghambur hamburkan uang tanpa guna, hal ini tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam islam.

Mahasiswa fakultas Syariah Angkatan 2018 adalah generasi milenial dan dalam kehidupannya tidak dapat dipisahkan dari perkembangan zaman yang sedang terjadi sekarang ini yaitu perkembangan teknologi yang semakin modern salah satunya dalam bidang ekonomi adalah trend *Online Shopping* yang semakin digemari ditambah dengan fenomena *Shopee Affilate* yang sedang menjadi trend belakangan ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana keputusan pembelian mahasiswa fakultas Syariah Angkatan 2018 pada produk Shopee Affiliate?”, “Bagaimana konsep perilaku konsumen menurut pandangan Islam” dan “Bagaimana analisis perilaku konsumen muslim terhadap keputusan pembelian produk *Shopee Affiliate* yang dilakukan mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui keputusan pembelian mahasiswa fakultas Syariah Angkatan 2018 pada produk Shopee Affiliate.
2. Untuk mengetahui konsep perilaku konsumen menurut pandangan islam.
3. Untuk mengetahui bagaimana analisis perilaku konsumen muslim terhadap keputusan pembelian produk *Shopee Affiliate* yang dilakukan mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi yang dipilih adalah mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 dengan jumlah mahasiswa program studi hukum keluarga islam (HKI) 67 orang dan hukum ekonomi syariah 24 orang total populasi 208 mahasiswa

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan rumus *Slovin* diperoleh jumlah sampel sebanyak 67 mahasiswa, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan studi kepustakaan, teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, normalitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linieritas dan heteroskedastisitas, dan teknik analisis regresi sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagaimana keputusan pembelian mahasiswa fakultas Syariah Angkatan 2018 pada produk *Shopee Affiliate*

Variabel keputusan pembelian (X) dengan 30 item pertanyaan mengenai keputusan pembelian serta sub-indikatornya yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Dari kuisioner yang diisi oleh responden didapatkan hasil bagaimana keputusan pembelian produk *Shopee Affiliate* yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas Syariah Angkatan 2018.

Diketahui bahwa jawaban pertanyaan yang tinggi mendorong keputusan pembelian terdapat pada sub-indikator pilihan Produk, pada item pertanyaan ini jawaban pertanyaan X.1 dengan persentase sebesar 37 orang atau 55,2% menjawab sangat setuju mementingkan fungsi dari produk yang akan dibeli. Dan item pertanyaan X.2 memiliki persentasi jawaban sangat setuju sebanyak 42 orang atau 62,7% jawaban untuk kualitas barang menjadi poin penting dalam pembelian sebuah produk. Item pertanyaan X.3 memiliki persentasi jawaban sangat setuju sebanyak 35 orang atau 52,2% Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan. Dan X.4 produk melalui Shopee Shopee Affiliate dapat dijangkau semua kalangan mendapatkan jawaban setuju 26 orang atau 38,8%. Sedangkan jika kita lihat X.5 mendapatkan hasil yang cukup rendah dalam sub-pilihan produk yaitu untuk item pertanyaan produk yang di promosikan melalui link *Shopee Affiliate* memiliki kualitas yang bagus mendapatkan jawaban tidak setuju 25 orang atau 37,3%.

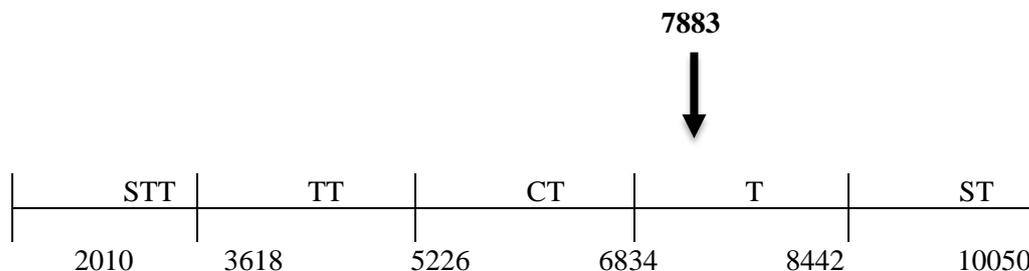
Hasil jawaban keputusan pembelian yang tinggi juga didapatkan dalam sub-pilihan merek mendapatkan hasil yang tinggi dengan adanya persentase jawaban pada item X.6 Barang dengan Merek terkenal menjadi pertimbangan dalam menentukan pembelian sangat setuju sebanyak 28 orang atau 41,8%. Berikutnya X.7 popularitas / trend barang menjadi pertimbangan dalam memutuskan berbelanja mendapatkan dengan hasil jawaban sangat setuju 26 orang atau 38,8%, X.8 kualitas barang dapat ditentukan oleh foto barang *Real Picture*/ foto asli.mendapatkan persentase jawaban sangat setuju 29 orang atau 43,3%, dan X.9 merek sesuai dengan kualitas barang memperoleh hasil setuju 28 orang atau 41,8%, dan X.10 rating produk menentukan kualitas barang mendapatkan jawaban sangat setuju sebanyak 30 orang atau 44,8%.

Hasil jawaban tinggi juga diperoleh pada variabel keputusan pembelian pada sub-pilihan penyalur memiliki jawaban rata rata sangat setuju dan setuju dapat dilihat dari jawaban X.11 ketersediaan barang/ *Ready Stock* menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian memperoleh persentase jawaban sangat setuju dan setuju yang sama yaitu 29 orang atau 43,3%, X.12 berbelanja mencari toko dengan harga yang murah memperoleh persentase jawaban sangat setuju 31 orang atau 46,3%, X.13 *Shopee Affiliate* membantu menemukan barang yang sedang dicari memperoleh jawaban setuju 34 orang atau 50,7%. X.14 pembelian saya membandingkan produk dengan toko lain memperoleh jawaban sangat setuju 41 orang atau 61,2%, kemudian X.15 membeli barang berdasarkan *review*/ulasan orang lain memperoleh jawaban sangat setuju 38 orang atau 56,7%.

Variabel keputusan pembelian pada sub-indikator waktu pembelian memperoleh jawaban dengan rata rata yang sangat setuju dapat dilihat dari jawaban item X.16, X.17 dan X.20. dengan persentase perolehan jawaban X.16 berbelanja barang di setiap bulan memperoleh jawaban sangat setuju 22 orang atau 32,8%, X.17 melakukan pembelian barang setiap ada diskon atau promo menarik memperoleh jawaban sangat setuju 26 orang atau 38,%, X.20 tawaran gratis ongkir membuat saya ingin membeli barang memperoleh jawaban sangat setuju 27 orang atau 40,3%. Sedangkan pada item X.18 dan X.19 memperoleh jawaban dengan rata-rata kurang setuju yaitu pada X.18 membeli barang setiap ada iklan *Shopee Affiliate* di media sosial sebanyak 19 orang atau 28,4% memilih kurang setuju, dan X.19 melakukan pembelian saat ada barang yang viral sebanyak 27 orang atau 40,3% memilih jawaban kurang setuju.

Variabel keputusan pembelian pada sub-indikator jumlah pembelian memperoleh jawaban kurang setuju lebih banyak dibandingkan item pertanyaan lain, X.21 membeli >5 barang untuk menunjang penampilan memperoleh jawaban kurang setuju sebanyak 20 orang atau 29,9%, X.23 Saat ada iklan/promosi *Shopee Affiliate* yang menarik di media sosial akan membeli banyak barang memperoleh jawaban kurang setuju 25 orang atau 37,3%, dan X.24 membeli berbagai barang yang dipakai orang lain memperoleh jawaban kurang setuju sebanyak 30 orang atau 44,8%. Sedangkan X.22 memperoleh jawaban setuju lebih banyak masing-masing sebanyak 21 orang atau 31,3% saat ada barang yang sedang diskon akan membelinya lebih banyak, dan X.25 ketika mendapatkan penawaran gratis ongkir saya membeli lebih banyak barang memperoleh jawaban setuju dan kurang setuju yang sama yaitu sebesar 19 orang atau 28,4%.

Pada variabel keputusan pembelian pada sub-indikator metode pembayaran memperoleh rata-rata jawaban dengan sangat setuju dan setuju. X.26 metode pembayaran dengan sistem *e-money (Shopee pay)* membantu saya dalam proses pembelian barang memperoleh jawaban sangat setuju sebanyak 33 orang atau 49,3%, X.27 pembayaran tunai/COD lebih mudah digunakan memperoleh jawaban setuju sebanyak 24 orang atau 35,8%, X.28 lebih memilih pembayaran dengan metode transfer *mobile banking* memperoleh jawaban setuju sebanyak 25 orang atau 37,3%, kemudian X.29 dan X.30 memperoleh jawaban setuju yang sama yaitu 19 orang atau 28,4% untuk pembayaran tunai/COD lebih mudah digunakan dan Pembayaran metode *Shopee Paylater* lebih praktis digunakan.



Gambar 1. Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian

Dari gambar garis kontinum dapat diketahui bahwa nilai pada skor Keputusan Pembelian didapatkan hasil 7883 dan hasil tersebut berada pada interval kategori Tinggi (T)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian produk *Shopee Affiliate* yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas syariah Angkatan 2018 dengan dorongan terbesar dalam keputusan pembelian adalah indikator pilihan produk, pilihan penyalur, dan metode pembayaran.

Konsep Perilaku Konsumen Menurut Pandangan Islam

Dalam islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan manusia dengan Allah Swt, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak berlebihan, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik dunia maupun di akhirat[4]

Yusuf Qorodhawi mengatakan ada 3 target yang dikejar oleh islam lewat konsep ekonominya di bidang konsumen yaitu menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, islam memerangi Tindakan mubadzir, dan sikap sederhana.

1. Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir

Menggunakan harta secukupnya dalam hal ini menggunakan barang yang baik dan memilih harta adalah hak yang sah menurut islam, namun kepemilikan harta harus bertujuan untuk menikmati karunia Allah SWT dan wasilah untuk kemaslahatan umum. Dalam sasaran membelanjakan harta dibagi menjadi 2 yaitu *fi sabilillah* atau ajakan untuk menafkahkan harta di jalan Allah SWT, dan untuk diri sendiri dan keluarga, seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta yang halal dan harta yang baik untuk diri sendiri dan keluarganya, padahal ia mampu mendapatkannya apakah tergolong sifat zuhud dan hidup serba kekurangan atau karena pelit dan bakhil, sebagaimana Allah melarang hamba-Nya untuk hidup boros dan berfoya-foya karena kedua sikap ini bertentangan dengan sikap menengah yaitu sederhana.

2. Memerangi tindakan mubadzir

Islam memerangi tindakan mubadzir karena islam mengajarkan agar konsumen bersifat sederhana, harta yang mereka gunakan akan dipertanggung jawabkan dihari perhitungan kelak. Sebagaimana seorang muslim dilarang membelanjakan hartanya untuk hal-hal yang diharamkan dan juga tidak dibenarkan membelanjakan uang halal dengan berlebihan atau melewati batas kewajaran. Hidup sederhana adalah tradisi islam yang mulia baik dalam membeli pakaian, minuman dan makanan, kediaman atau apapun. Seorang muslim harus memperhatikan volume dalam konsumsi yang dilakukannya yaitu tidak berlebihan atau *israf*, seorang muslim hendaknya mengkonsumsi hal yang memberikan manfaat, perilaku yang tidak memperhatikan objek yang dikonsumsi adalah *tabdzir*. [5]

3. Sikap Sederhana

Sikap sederhana sangat dianjurkan dalam islam, bahkan ekonomi islam juga menjada kemaslahatan melalui sikap sederhana, islam mengajarkan untuk berperilaku sederhana dalam dalam membelanjakan harta yang dimiliki oleh umatnya, dan mewajibkan untuk bertindak moderat artinya mendahulukan yang primer daripada sekunder, mendahulukan sekunder daripada tersier.

Pada hal ini tingkat kepuasan konsumsi sebagai kebutuhan bukan sebagai keinginan serta tingkat kepuasan bukan ditentukan oleh jumlah pilihan, namun suatu tingkat kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan dan sebagai seorang muslim tingkat kepuasan tergantung kepada rasa syukurnya. [6]

Bagaimana Analisis Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Affiliate Yang dilakukan Mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018.

Tabel 1. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	26.005	4.305		6.041	.000
	Keputusan Pembelian	.150	.037	.449	4.054	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Muslim

Berdasarkan hasil H_a pada pembahasan sebelumnya dapat diterima jika t tabel dengan signifikansi dengan cara berikut 5%: $2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ atau $67 - 1 - 1 = 65$. Dengan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 1,997. Sedangkan untuk t hitung pada variabel keputusan pembelian adalah 4,054.

Berdasarkan hasil t table didapatkan 1,997 maka t hitung pada variabel keputusan pembelian lebih besar dari t tabel ($4.054 > 1.997$) dan berdasarkan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh searah yang positif dan signifikan antara keputusan pembelian produk terhadap perilaku konsumen muslim.

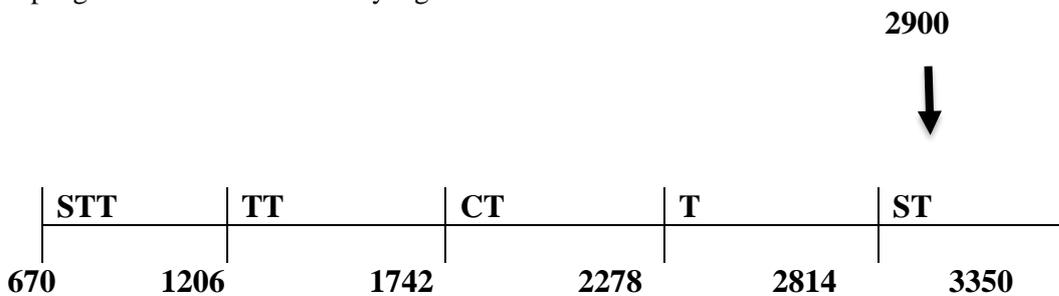
Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.449 ^a	.202	.190	4.963

a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Muslim

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh searah yang positif dan sig sehingga Hasil uji determinasi (R^2) diketahui hasil uji determinasi pada *output model summary* yang terdapat pada kolom R Square 0.202 atau 20,2%. Hasil menunjukkan bahwa tingkat hubungan keputusan pembelian dengan perilaku konsumen muslim sebesar 20,2% dan sisanya sebesar 79,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.



Gambar 1. Garis Kontinum Variabel Perilaku Konsumen Muslim

Hasil gambar garis kontinum dapat diketahui bahwa nilai pada skor Perilaku Konsumen Muslim didapatkan hasil 2900 dan hasil tersebut berada pada interval kategori Sangat Tinggi (ST)

Dari 3 konsep konsumsi yang kemukakan oleh Yusuf Qaradawi, konsep perilaku konsumen muslim pada mahasiswa memperoleh presentasi sangat tinggi dan sebagian besar mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 sudah memahami dan menerapkan konsep perilaku konsumen muslim dalam pembelian produk *Shopee Affiliate* yang dilakukannya yaitu, menafkahkan harta dan menjauhi sifat kikir, memerangi tindakan mubadzir dan sikap sederhana. Hal ini dilihat dari jumlah jawaban presentase yang paling tinggi didapatkan oleh mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 selalu mengkonsumsi barang yang halal sebanyak 46 atau 68,7% yaitu pertanyaan Y.3, selanjutnya melakukan pembelian barang sesuai dengan kemampuan ekonomi yang terdapat pada item pertanyaan Y.9 sebesar 44 sangat setuju atau 65,7%, dan memilih barang yang bisa digunakan dalam waktu lama untuk menghindari membeli barang terus menerus atau Y.10 dengan responden sangat setuju 41 atau 61,2%. Dari hasil

kuisioner didapatkan bahwa mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 sudah memahami dan menerapkan perilaku konsumen yang sesuai dengan ketentuan islam dalam pembelian produk Shopee Affiliate yang dilakukannya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah peneliti lakukan terkait Analisis Keputusan Pembelian Produk *Shopee Affiliate* pada Perilaku Konsumen Muslim yang dilakukan Mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian produk Shopee Affiliate yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 mendapatkan skor 7883 dan berada di interval Tinggi (T) dengan dorongan terbesar dalam memutuskan pembelian adalah indikator pilihan produk, pilihan penyalur dan metode pembayaran. Dilihat dari keputusan pembelian mahasiswa mementingkan fungsi dari produk yang dibeli, kualitas barang menjadi point penting dalam pembelian sebuah produk dan sebelum melakukan pembelian membandingkan produk dengan toko lain. Namun adapula keputusan pembelian yang diidentifikasi rendah yaitu pada indikator waktu pembelian dan jumlah pembelian, yaitu melakukan pembelian saat ada barang viral, tidak membeli banyak barang saat ada iklan Shopee Affiliate dan membeli barang yang dipakai orang lain.
2. Menurut Yusuf Qordhawi ada tiga target yang harus dikejar oleh islam lewat konsep ekonominya dibidang konsumen, pertama menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir artinya menggunakan harta secukupnya dalam hal ini menggunakan barang yang baik dan memiliki harta adalah hak sah menurut islam, namun kepemilikan harta harus bertujuan untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk kemaslahatan umum. Dalam membelanjakan harta menjadi 2 yaitu fisabilillah (ajakan menafkahkan harta di jalan Allah) dan untuk diri sendiri dan keluarga. Allah melarang hambanya untuk hidup boros dan berfoya-foya sebab kedua sikap ini bertentangan dengan sikap menengah yaitu sederhana. Kedua islam memerangi tindakan mubadzir karena islam mengajarkan konsumen bersifat sederhana, harta yang mereka gunakan akan dipertanggung jawabkan dihari perhitungan. Seorang muslim harus memperhatikan volume konsumsinya yakni tidak berlebih-lebihan atau israf. Seorang muslim hendaknya mengkonsumsi hal yang memberikan manfaat dan perilaku yang tidak memperhatikan kemanfaatan objek yang dikonsumsi merupakan perbuatan tabzir. Ketiga sikap sederhana, sikap sederhana sangat dianjurkan oleh islam bahkan ekonomi islam menjaga kemaslahatan melalui sikap sederhana, islam mengajarkan perilaku sederhana dalam membelanjakan harta yang dimiliki umatnya bertindak moderat mendahulukan primer daripada sekunder mendahulukan sekunder daripada tersier. Seorang muslim mencapai tingkat kepuasan tergantung kepada rasa syukurnya.
3. Perilaku konsumsi mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 saat membeli produk melalui Shopee Affiliate sudah sesuai dengan konsep perilaku konsumen muslim yang dikemukakan oleh Yusuf Qorodhawi, hal ini dapat dilihat dari hasil interval yang mendapatkan skor sebesar 2900 dan berada pada interval Sangat Tinggi (ST) dengan ini mahasiswa sudah melakukan pembelian yang berdasarkan konsep syariah yaitu pertama menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, dilihat dari mahasiswa sudah melakukan pembelian dengan sudah membelanjakan uang yang dimiliki untuk mendapatkan Ridha Allah, Sebelum membelanjakan uang, sudah menyisihkan harta untuk bersedekah, dan mengonsumsi barang yang halal. Kedua memerangi tindakan mubadzir dalam hal ini mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 sudah membeli barang yang bermanfaat untuk kehidupannya, membiasakan diri untuk hidup hemat, membeli barang yang dibutuhkan dan barang dibeli digunakan dengan baik. Ketiga sikap sederhana mahasiswa fakultas Syariah angkatan 2018 sudah menerapkan barang yang dibeli selalu dipakai sampai rusak, melakukan pembelian sesuai dengan kemampuan ekonomi, memilih barang yang bisa digunakan dalam waktu lama untuk menghindari membeli barang terus menerus.

Acknowledge

Terimakasih kepada orang tua penulis, sahabat dan kaka yang selalu memberikan energi positif dan semangat untuk terus mengerjakan tugas akhir ini, dan terimakasih kepada pembimbing yang senantiasa memberikan arahan kepada penulis dengan sabar.

Daftar Pustaka

- [1] Shopee, “Shopee Affiliate Program,” 2021. <https://shopee.co.id/m/gabungkol-affiliate-185>
- [2] Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen Pesrpektif Ekonomi Islam,” *J. Ekon. Syariah Indones.*, no. 1, hal. 5, 2016.
- [3] Abdillah, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, hal. 104, 2007.
- [4] M. Muflih, *PerilakuKonsumendalamPerspektifIlmuEkonomi Islam*. Jakarta: Raja Prasindo Persada, 2006.
- [5] Y. Qaradhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam (terj. Didin Hafihuddin dkk)*. Jakarta: Robbani Pers, 2001.
- [6] Y. Qaradhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997
- [7] Handayani, Sri dan Asep Ramdan Hidayat. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah dan Perilaku Konsumen dalam Islam terhadap Transaksi Jual Beli Rumah dengan Sistem Borongan. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 61-68.