

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN *MYSTERY BOX* IKAN SECARA  
ONLINE SELAMA PANDEMI DI *MARKET PLACE SHOPEE* DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

**Ilham Ibrahim**

**1803917**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2022**

Ilham Ibrahim, 2022 ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN *MSYTERY BOX* IKAN  
SECARA ONLINE SELAMA PANDEMI DI *MARKETPLACE SHOPEE* DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN *MYSTERY BOX* IKAN SECARA  
ONLINE SELAMA PANDEMI DI *MARKET PLACE* SHOPEE DALAM  
PERSPEKTIF ISLAM**

Oleh:

Ilham Ibrahim

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Ilham Ibrahim 2022

Universitas Pendidikan Indonesia

November 2022

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara  
keseluruhan atau sebagian, dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa  
seizin penulis.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian Mystery Box Ikan Secara Online Selama Pandemi Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara- cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, November 2022

Yang Membuat Pernyataan



Ilham Ibrahim  
NIM. 1803917

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Mystery Box Ikan Secara Online  
Selama Pandemi Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif  
Islam

Penyusun : Ilham Ibrahim

NIM : 1806799

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, November 2022

Dosen Pembimbing I,



**Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.**  
NIP. 19711026 199702 2 001

Dosen Pembimbing II,



**Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy**  
NIP. 19880430 2015040 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



**Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.**  
NIP. 19840607 201404 2 001

Ilham Ibrahim (1803917) “**Analisis Keputusan Pembelian Mystery Box Ikan Secara Online Selama Pandemi Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam**” di bawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. dan Suci Apriliani, S.Pd., M.E.Sy

### ABSTRAK

Memahami perilaku dari pembeli tidaklah mudah. terdapat sejumlah faktor yang dapat memengaruhi konsumen sebelum mereka membuat keputusan pembelian. penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran serta pengaruh dari variabel kepercayaan elektronik, pengetahuan produk halal, komunikasi elektronik dari mulut ke mulut dan tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian produk *mystery box* ikan di *marketplace Shopee*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan metode analisis SEM-PLS. Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 108 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan elektronik, pengetahuan produk halal, komunikasi elektronik dari mulut ke mulut dalam berpengaruh positif sedangkan variabel religiusitas berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk *mystery box* ikan di *Shopee*. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk *mystery box* ikan.

**Kata Kunci** : Mystery Box Ikan, Keputusan Pembelian, Kepercayaan Elektronik, Pengetahuan Produk Halal, Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut, Tingkat Religiusitas

Ilham Ibrahim (1803917) "**ANALYSIS OF THE DECISION TO BUY MYSTERY BOXES ONLINE DURING THE PANDEMIC AT SHOPEE MARKET PLACE IN AN ISLAMIC PERSPECTIVE**", under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. and Suci Apriliani, S.Pd., M.E.Sy

### **ABSTRACT**

*Understanding consumer behaviors is arguably challenging. There are various aspects that can affect consumer purchasing decision. The study was aimed to assess the description and impact of the variables of Electronic Trust, Knowledge of Halal Items, Electronic Word of Mouth Communication, and Level of Religiosity on purchasing behavior of Mystery Box Fish products on the Shopee Marketplace. The study employed a descriptive quantitative approach using the SEM-PLS analysis method. The instrument of analysis used was SmartPLS. The number of samples was 108. The findings showed that each of the variables in this study had a favorable impact on the decision to purchase a fish mystery box product on the Shopee platform. The findings are expected to help raising public awareness on the mystery box fish products.*

**Keywords:** *Mystery Box, Purchase Decision, Electronic Trust, Halal Product Knowledge, Electronic Word of Mouth and Religiositas*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun draft skripsi ini yang berjudul “*Analisis Perilaku Pembelian Mystery Box Ikan Secara Online Selama Pandemi Di Market Place Shopee Dalam Perspektif Islam*”. Meskipun mengalami banyak hambatan dalam proses pengerjaannya, tapi penulis berhasil menyelesaikan draf proposal skripsi ini.

Tidak lupa penulis sampaikan terimakasih kepada dosen pembimbing, para dosen program studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, dan juga teman-teman mahasiswa yang sudah memberi kontribusi baik langsung maupun tidak langsung, baik secara material maupun non-material dalam pembuatan draf proposal skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat berlanjut sampai skripsi dan dapat menjadi sumber ilmu baru bagi pembaca. Saat penyusunan draft skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk perbaikan.

Bandung, Desember 2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak dan secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT dengan segala rahmat seta karunia-Nya yang sudah memberikan kekuatan bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Serta semua pihak yang senantiasa membantu penulis dari awal sampai dengan skripsi ini selesai. Penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis akan menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I sedari awal pembentukan proposal senantiasa membimbing, memberikan banyak masukan dan meluangkan waktunya sehingga akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan Ibu dapat menjadi amalan dan keberkahan.
2. Ibu Suci Apriliani, S.Pd., M.E.Sy. Karena telah meluangkan waktunya dan membimbing saya dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, semoga segala kebaikannya dapat dibalas oleh kebaikan lainnya oleh Allah SWT.
3. Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy. sebagai Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih telah memberikan masukan, dorongan dan motivasi kepada anak-anak bimbingannya khususnya saya sehingga saya bisa menyelesaikan Studi di IEKI
4. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam saya mengucapkan terima kasih banyak karena telah memberikan banyak dukungan dan bimbingan kepada banyak mahasiswa salah satu saya, juga telah memfasilitasi rumah untuk mereka yang kebingungan dan membukakan jalan kepada setiap mahasiswa yang melewati banyak persimpangan dalam menyusun skripsi
5. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.; Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy.; Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.; Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd. M.Si.; Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd. M.E.Sy.; M.E.Sy.; Ibu Rida Rosida, BS., M.Sc.; Ibu Fitranty



Adirestuty, S.Pd., M.Si.; dan Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc.; selaku dosen pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi. Semoga kebaikan bapak/ibu dosen diberikan balasan oleh Allah Swt. dengan berbagai kebaikan-kebaikan yang tak terduga pula untuk bapak/ibu dosen serta keluarga.

6. Bapak Hamidin selaku staf administrasi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis, khususnya surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam.
7. Yang saya hormati, Bapak Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A serta jajarannya dan Prof. Dr. H. Eeng Ahman MS saya ucapkan terima kasih, karena telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus UPI.
8. Orangtua tercinta, Ayah Nanang Nugraha dan Ibu Tuti Sulistiawati, yang selama proses saya hidup memberikan dukungan dan dorongan dengan caranya mereka sendiri, sehingga menjadikan saya yang sekarang, dengan kasihnya yang tak pernah pamrih, memberikan saya kehidupan yang layak, yang pertama kali mengajarkan saya bagaimana berbicara, pertama kali mengajarkan saya melangkah sehingga saya bisa melangkah mengarungi dunia ini, dan mengajarkan saya banyak hal dengan cara mereka sehingga saya bisa menaklukkan kerasnya dunia. Terimakasih banyak karena tidak pernah menyerah memberikan saya pelajaran dan memfasilitasi setiap ranah kehidupan saya sehingga saya mampu melewati banyak proses kehidupan, termasuk proses akademis dari saya TK sampai Kuliah.
9. Teman-teman seperjuangan IEKI 2018 yang telah kebersama dan menjalin cerita serta saling membantu selama perkuliahan, khususnya untuk Ecot Squad dan kosan Idon masih banyak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, karena dengan dorongan, saran, dukungan, masukan dan banyak hal lainnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat-sahabat saya khususnya Fadhil, Fadly, Shakti dan Arief yang selalu menemani, memberikan dukungan dan selalu ada ketika saya membutuhkan dukungan dan teman diskusi, terima kasih atas semuanya.
11. Kepada Anthony Saputra selaku Youtuber JAMMVLOG yang telah mendukung serta memberi inspirasi mengenai judul skripsi saya, dan tidak lupa kepada teman-teman perikanan saya yang telah membantu mengisi responden dalam penelitian ini.
12. Orang-orang yang selalu mendoakan saya dalam diam sehingga saya dapat dilancarkan dalam menulis skripsi ini.
13. Untuk semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan kebaikan dan kelancaran segala urusan semua kepada semua pihak yang telah banyak meluangkan waktu dan kebaikannya, *aamiin*.

## DAFTAR ISI

PERTANYAAN ORISINALITAS .....	i
ABSTRAK .....	iii
ABSTRAC .....	iv
KATA PEGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....

13

2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Teori Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Kepercayaan Elektronik.....	16
2.1.3 Pengetahuan Produk Halal.....	17
2.1.4 Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut .....	18
2.1.5 Tingkat Religiusitas .....	20
2.1.6 <i>E-commerce</i> Shopee .....	20
2.1.7 <i>Mystery Box</i> .....	22
2.1.8 Jual Beli <i>Online</i> dalam Pandangan Islam .....	23
2.1.9 Gharar .....	27
2.1.10 Maysir.....	28
2.1.11 Tinjauan Islam Terhadap <i>Mystery Box</i> Ikan.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Penelitian .....	41

2.3.1 Keterkaitan Kepercayaan Elektronik dengan Keputusan Pembelian .....	41
2.3.2 Keterkaitan Pengetahuan Produk Halal dengan Keputusan Pembelian .....	42
2.3.3 Keterkaitan Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut dengan Keputusan Pembelian .....	42
2.3.4 Keterkaitan Tingkat Religiusitas dengan Keputusan Pembelian .....	44

3.1 Objek Penelitian .....	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Desain Penelitian.....	44
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	48
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.2 Instrumen Penelitian.....	48
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	53
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.8.2 Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) .....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	62
4.1 Gambaran Umum <i>Mystery Box</i> Ikan.....	62
4.2 Karakteristik Responden .....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	65
4.3 Hasil Penelitian Deskriptif.....	66
4.3.1 Kepercayaan Elektronik .....	67
4.3.2 Pengetahuan Produk Halal .....	71
4.3.3 Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut .....	76
4.3.4 Tingkat Religiusitas.....	82
4.3.5 Keputusan Pembelian .....	86
4.4 Analisis Data dengan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) .....	91
4.4.1 Pengujian <i>Outer</i> Model (Evaluasi Model Pengukuran Refleksi)	
4.4.2 Pengujian <i>Inner</i> Model (Evaluasi Model Struktural) .....	98
4.4.3 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian .....	102
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....	109
5.1 Simpulan .....	109

x

DAFTAR PUSTAKA .....	112
----------------------	-----

ILHAM IBRAHIM, 2022. ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>MSYTERY BOX IKAN</i> SECARA ONLINE SELAMA PANDEMI DI MARKETPLACE SHOPEE DALAM PERSPEKTIF SILAM	126
---	-----



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Skala Ukuran Sematik Diferensial .....	52
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Kategori.....	52
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reabilitas .....	56
Tabel 4. 1 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Kepercayaan Elektronik.....	69
Tabel 4. 2 Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan Elektronik Untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	71
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Kepercayaan Elektronik.....	71
Tabel 4. 4 Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan Elektronik untuk Skor Variabel .....	72
Tabel 4. 5 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat kepercayaan elektronik Tiap Responden.....	72
Tabel 4. 6 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan Elektronik ....	73
Tabel 4. 7 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Pengetahuan Produk Halal.....	74
Tabel 4. 8 Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal Untuk Skor Setiap Item Pertanyaan.....	76
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal.....	76
Tabel 4. 10 Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal untuk Skor Variabel.....	77
Tabel 4. 11 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal Tiap Responden.....	77
Tabel 4. 12 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal	78
Tabel 4. 13 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut .....	79
Tabel 4. 14 Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan Elektronik Untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	81
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut .....	81
Tabel 4. 16 Kategori Variabel Tingkat Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut untuk Skor Variabel .....	82
Tabel 4. 17 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut Tiap Responden .....	82

Tabel 4. 18 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut .....	83
Tabel 4. 19 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel Religiusitas	84
Tabel 4. 20 Kategori Variabel Tingkat Religiusitas Untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	86
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Religiusitas	
Tabel 4. 22 Kategori Variabel Tingkat Komunikasi Religiusitas untuk Skor Variabel .....	87
Tabel 4. 23 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Religiusitas Tiap Responden .....	87
Tabel 4. 24 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Religiusitas .....	87
Tabel 4. 25 Rata-rata skor Berdasarkan Responden pada Variabel keputusan pembelian .....	88
Tabel 4. 26 Kategori Variabel Tingkat Keputusan Pembelian Untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	90
Tabel 4. 27 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Keputusan Pembelian .....	91
Tabel 4. 28 Kategori Variabel Tingkat keputusan Pembelian untuk Skor Variabel	91
Tabel 4. 29 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat keputusan pembelian Tiap Responden .....	92
Tabel 4. 30 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat keputusan pembelian .....	93
Tabel 4. 31 Loading Factors Sebelum Perbaikan .....	94
Tabel 4. 32 Loading Factors Sesudah perbaikan Perbaikan .....	95
Tabel 4. 33 Fornell-Lacker Criterion .....	96
Tabel 4. 34 Cross Loading .....	97
Tabel 4. 35 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	98
Tabel 4. 36 Composite Reliability .....	99
Tabel 4. 37 Nilai R-Square .....	100
Tabel 4. 38 Variance Inflation Factor (VIF) .....	101
Tabel 4. 39 Nilai F-Square .....	101
Tabel 4. 40 Hasil Uji Hipotesis .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Jumlah Survey Penelitian .....	3
Gambar 1 2 Jumlah Survey Penelitian .....	4
Gambar 2 1 Tahapan keputusan Pembelian .....	14
Gambar 2 2 Total Visitor Website Bulanan .....	19
Gambar 2 3 Kerangka Teoritis .....	39
Gambar 3 1 Tahapan Uji PLS SEM .....	53
Gambar 4 1 Tampilan Pencarian Mystery Box Ikan di Website Shopee .....	59
Gambar 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Gambar 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	61
Gambar 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	62
Gambar 4 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	63
Gambar 4 6 Output Model Penelitian SEM-PLS .....	98