

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI BARANG TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SIPLAH TOKO LADANG
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Oleh

MOH ZAINUDDIN

NIM : G74218098



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, Moh Zainuddin, G74218098, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 20 Desember 2023

Saya Yang Menyatakan



Moh Zainuddin

NIM. G74218098

PERSETUJUAN SKRIPSI

Surabaya, 12 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ashari Lintang Yudhanti', written over a large, stylized circular scribble.

**Ashari Lintang Yudhanti, SE, MAk
NIP. 199411082019032021**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI BARANG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SIPLAH TOKO LADANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH





Oleh
Moh Zainuddin
NIM: G74218098

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 21 Desember dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Ashari Lintang Yudhanti, SE, MAK.
NIP. 199411082019032021
(Penguji 1)
2. Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si
NIP. 198101052015031003
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, M.SEI.
NIP. 198508222019031011
(Penguji 3)
4. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.
NIP. 199301092020122028
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 21 Desember 2023



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Moh. Zainuddin
NIM : G74218098
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : g74218098@uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI BARANG TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN DI SIPLAH TOKO LADANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI

SYARIAH

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Mei 2024

Penulis

(Moh. Zainuddin)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Moh Zainuddin. 2023. Pengaruh Harga dan Promosi Barang Terhadap Keputusan Pembelian di SIPLAH Toko Ladang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

Tujuan penelitian: (1) Ingin mengetahui pengaruh harga barang terhadap keputusan pembelian di SIPLAH Toko Ladang menurut perspektif ekonomi syariah; (2) Ingin mengetahui pengaruh promosi barang terhadap keputusan pembelian di SIPLAH Toko Ladang menurut perspektif ekonomi syariah; (3) Ingin mengetahui pengaruh harga dan promosi barang terhadap keputusan pembelian di SIPLAH Toko Ladang menurut persepektif ekonomi syariah. Sampel penelitian 72 orang. Analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan harga, promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

Moh Zainuddin. 2023. *The influence of price and promotion of Goods on buying decision at SIPLAH Toko Ladang According to the Perspective of Sharia Economics*

Keywords: Price, Promotion, buying decision.

Research objectives: (1) Want to know the effect of the price of goods on buying decision at SIPLAH Toko Ladang according to the perspective of Islamic economics; (2) Want to know the effect of product promotion on buying decision at SIPLAH Toko Ladang according to the perspective of sharia economics; (3) Want to know the effect of price and promotion of goods on buying decision at SIPLAH Toko Ladang according to the perspective of sharia economics. The research sample is 72 people. Analysis using multiple linear regression. The results of the study show that price and promotion partially have a significant effect on buying decision; price and promotion simultaneously have a significant effect on buying decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pernyataan Orisinalitas Skripsi	v
Halaman Persetujuan Publikasi	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Teori Harga	8
2.2 Teori Harga Menurut Islam	11
2.3 Teori Promosi	16
2.4 Teori Promosi Menurut Islam	19
2.5 Teori Keputusan Pembelian	20
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Pengembangan Hipotesis	27
2.8 Kerangka Konseptual	29
2.9 Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.6 Pengukuran Variabel/Instrumen	34
3.7 Definisi Operasional Variabel	35
3.8 Pengukuran Instrumen Penelitian	38
3.9 Uji Asumsi Klasik	41
3.10 Metode Analisis Data	41
3.11 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Profil Responden	47
4.1.2 Uji Validasi	51

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

4.1.3 Uji Reliabilitas	55
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda	65
4.1.6 Deskripsi Jawaban Responden	66
4.1.7 Pengujian Hipotesis	73
4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian	77
4.2.2 Pengaruh promosi terhadap Keputusan Pembelian	78
4.2.3 Pengaruh harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian	79
4.3 Implikasi Penelitian	80
4.3.1 Implikasi Teoritis	80
4.3.2 Implikasi Praktis	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
Daftar Pustaka	85
Lampiran	90

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 3.2 Kriteria Penentuan Validasi Butir Soal	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jabatan	47
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X1-Harga	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X2-Promosi	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y-Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1-Harga	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2-Promosi	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y-Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.11 Uji Model <i>Kolmogorov-Smirnov</i> dan <i>Shapiro Wilk</i>	58
Tabel 4.12 Uji Model <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	59
Tabel 4.13 Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Harga	59
Tabel 4.14 Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Promosi	60
Tabel 4.15 Model <i>Summary</i> dan <i>Parameter Estimates</i>	60
Tabel 4.16 <i>Coefficients</i> Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.17 <i>Run Test</i> Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.20 Jawaban Responden atas Variabel Harga (X1)	67
Tabel 4.21 Jawaban Responden atas Variabel Promosi (X2)	69
Tabel 4.22 Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4.23 Uji t Hipotesis 1	73
Tabel 4.24 Uji t Hipotesis 2	74
Tabel 4.25 Uji f Hipotesis 3	76
Tabel 4.26 Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Transaksi e-commerce 5 Tahun Terakhir	1
Gambar 2.1 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	28
Gambar 2.2 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	28
Gambar 2.3 Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian	29
Gambar 2.4 Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian	30
Gambar 3.1 Kriteria pengujian hipotesis t	45
Gambar 3.2 Kriteria pengujian hipotesis f	46
Gambar 4.1 Grafik jabatan responden	48
Gambar 4.2 Grafik jenis kelamin responden	49
Gambar 4.3 Grafik usia responden	50
Gambar 4.4 Grafik Pendidikan responden	51
Gambar 4.5 Histogram uji normalitas	57
Gambar 4.6 <i>Normal Q-Q Plot</i> uji normalitas	57
Gambar 4.7 <i>Normal Q-Q Plot</i> uji normalitas	58
Gambar 4.8 <i>Curvefit For</i> keputusan pembelian	61
Gambar 4.9 Kriteria pengujian hipotesis Harga terhadap Keputusan Pembelian	74
Gambar 4.10 Kriteria pengujian hipotesis Promosi terhadap Keputusan Pembelian	75
Gambar 4.11 Kriteria pengujian hipotesis Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	76

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar. (1991). *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Mahzab*, Terj. Miftahul Khairi. Yogyakarta: Maktabah al-Hanif.
- Agus Hermawan. (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. Jakarta. PT Buku Seru.
- Ahmad Habli. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi. Riau: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Azwar S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barata, Adya. (2016). *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. ElexMedia Komputindo.
- Bey Arifin, dkk (penerjemah). (1993). *Al Mundziry, Hafidz, Mukhtasar Sunan Abu Dawud Jilid IV*. Semarang: Asy-Syifa'.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Doni, Firmansya. (2012). *Pengaruh kegiatan Promosi terhadap ketertarikan Pembeli*. *JIAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8343> diunduh pada 27 September 2023
- Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gerung, Christy Jacklin. antje Sepang., Sjendry Loindong. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil NissanX-Trail Pada PT Wahana Wirawan Manado*.
- Hamdani. 2013. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Hidayat, Enang. (2015). *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, S. S. dkk. (2015). *Panduan Penulisan Skripsi Sarjana, Edisi Revisi – Juli 2015*. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha

- Irzaldi, Yazid, Hidayat, & Wahyu. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta).
- Jefri Putri Nugraha, M.Sc.,dkk. 2021. Teori Perilaku Konsumen. PT. Nasya Expanding Management. Pekalongan, Jawa Tengah.
- Jufrizen, J. (2018). Peran Motivasi Kerja Dalam Memoderasi Pengaruh Kompensasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Karyawan. Prosiding: The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018, 405–424.
- Jufrizen, J. (2016). Pengaruh Minat Beli Konsumen Melalui Harga Pada PT. Socfin Indonesia Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 181–195.
- Jufrizen, J. (2017). Pengaruh Penawaran Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Jual Beli Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 1(1), 166–177.
- Jufrizen, J., Gultom, D. K., Sitorus, S. A., Sari, M., & Nasution, M. I. (2018). *The Effect of Organizational Culture and Islamic Work Ethic on Permanent Lecturers' Job Satisfaction, Organizational Commitment And Work Performance at Private Islamic Universities in the City of Medan. In Proceeding 1st International Conference of Economic Studies (ICOES) 2018* (pp. 179–186).
- Jufrizen, J., Sari, M., Nasution, M. I., Radiman, R., & Wahyuni, S. F. (2019). *The Strategy of Spiritual Leadership : The Role of Spiritual Survival, Workplace Spirituality and Organizational Commitment at Private Universities. International Journal of Research in Business and Social Science*, 8(1), 64–72.
- Jufrizen, J., Sari, M., Nasution, M. I., Akrim, A., & Fahmi, M. (2018). *Spiritual Leadership And Workplace Spirituality: The Role Of Organizational Commitment. Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business (ICEMAB) 2018*. Medan, Indonesia: EAI.
- Jufrizen, J., Lumbanraja, P., Salim, S. R. A., & Gultom, P. (2017). *The Effect of Compensation, Organizational Culture and Islamic Work Ethic Towards the Job Satisfaction and the Impact on the Permanent Lecturers. International Business Management*, 11(1), 53–60.
- Jufrizen, J., & Rahmadhani, K. N. (2020). Pengaruh Harga Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 3(1), 66–79. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.561>
<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*. Medan: Umsu Press.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhallindo.
- Kotler, Philip. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, F., & Sari, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi Inglorius Industries Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(1).
- M. Nur Rianto Al Arif. (2019). *Penjualan On-Line Berbasis Media Social dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Penelitian: Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mueller, Jon. (2013). "Authentic Assessment Toolbox". North Central College. <http://jfmuellet.faculty.noctrl.edu/toolbox/index.htm>.
- Muhammad Gigih Made P. (2018). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *JiAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8343> diunduh pada 27 September 2023
- Ni Luh Julianti (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai. *Jurnal* Vol. 4 No. 1
- Nining Agustina. (2021). Pengaruh Penjualan *Online* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Butik D2 Store Kota Makassar. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Pamungkas, G., & Barata, D. D. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada SPBU 34.151. 37.

Runto Hediana & Ahmad Dasuki Aly (2018). *Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam*. Junal Ilmiah. Cirebon: Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati.

Sangadji, Etta Mamang; Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media, 2021.

<https://books.google.co.id/books?id=bRFTEAAAQBAJ&pg=PA44&dq=tujuan+identifikasi+Variabel+Penelitian&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi9sPvir-j0AhXATWwGHZBOAWM4HhDoAXoECAUQA#v=onepage&q=tujuan>

Sari, C.Y. 2015. *Penggunaan Buah Mengkudu (Morinda citrifolia L.) Untuk Menurunkan Tekanan Darah Tinggi*.

Septriana, Tangkary. (2019, Februari 28). Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. Diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce%20indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media#:~:text=Skalanews%20%2D%20Direktur%20Pemberdayaan%20Informatika%2C%20Direktorat,78%20persen%2C%20tertinggi%20di%20dunia.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2018). *metodologi penelitian bisnis dan ekonomi pendekatan kuantitatif*. Yogyakarta: pustakabarupress.

Sulistyo, Joko, S.Si. (2012). *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta: Penerbit Cakrawala.

Tira Nur Fitria. (2017). *Bisnis Jual Beli Online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*. Jurnal Penelitian ISSN: 2477-6157. Surakarta: STIE-AAS.

Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Tho'in, Muhammad. (2016). Larangan Riba Dalam Teks dan Konteks (Studi Atas Hadits Riwayat Muslim Tentang Pelaknatan Riba. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, LPPM STIE AAS Surakarta. Vol. 2 No. 2, Juli 63-72.

Tohirin. 2013. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Yusuf, Al Qardhawi. (2007). Fiqh Al Zakah. Jakarta: Pustaka Nasional.

<https://siplah.tokoladang.co.id/help/about>

<https://siplah.tokoladang.co.id>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>