

## MINAT JUAL BELI ONLINE SHOP MASYARAKAT MENURUT HUKUM BISNIS ISLAM

Ummairah Batubara<sup>1)</sup>, Nahar A. Abdul Ghani<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara

Email: ummairahbatubara@gmail.com

<sup>2)</sup> Fakulats Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara

### Abstract

*This research is motivated by the assumption that buying and selling interest will greatly affect a business or online shop when a business or online shop they use provides good service and provides satisfaction to consumers. against consumers, from delivering defective products to fraud. This research was conducted in the Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Religion, Islamic University of North Sumatra. The population is 100 people, the sample is taken by accidental sampling, namely the technique of determining the sample based on chance if it is considered that the person who happened to be met is suitable as a data source, totaling 30 students. Data collection techniques through observation, interviews, questionnaires, and documentation. The researcher analyzed the data by using quantitative descriptive method by conducting statistical tests. To analyze the data, the researcher used research instrument test, classical assumption test and hypothesis test. From the results of this study, it was found that the relationship between online shop buying and selling interest on Islamic business law was 0.683, which was strong. And the coefficient of determination is 0.434. This means that the contribution given by the interest variable to customer satisfaction is 43.4% while the remaining 56.6% is influenced by other variables that are not in this study. And the view of Islamic economics regarding the variable of buying and selling interest is appropriate, because based on the verse of the Koran QS An-Nisa '4: 29, Buyers carry out buying and selling (commerce) with online shops based on consensual, also have a contract that was agreed at the beginning. And achieve the target of customer satisfaction.*

**Kata Kunci:** *Online, Shop, Bisnis, Islam*

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, seiring dengan telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (smartphone), tablet, dan berbagai gadget lainnya. Pada berbagai teknologi barutersebut, konsumen dapat membeli berbagai fitur program dari pasar online yang terdapat pada berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun membayar. (Yusuf al-Qardhawi, 1997:31) Dalam melakukan jual beli tentu tidak bisa dengan cara asal, ada aturan-aturan yang mengikatnya, apabila jika jual beli dikaitkan dengan agama, karena dalam melakukan jual beli terdapat dua pihak yang salah satunya tidak boleh merasa dirugikan, jika ada yang merasa dirugikan maka batallah transaksi jual beli tersebut.

Online shopping atau yang sering disebut belanja via online sendiri adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang dijual ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Bagi perusahaan tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya adalah sangat penting, termasuk penilaian konsumen terhadap atribut/logo produk itu sendiri. "Penilaian konsumen ini akan mempengaruhi niat belanja konsumen terhadap suatu produk". Berbelanja secara online memang saat ini sedang dinikmati oleh sebagian besar mahasiswa, karena dengan cara baru inilah mahasiswa tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di account online shop tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah sekali dilakukan.

Para konsumen online sangat menyukai belanja secara online karena menganggap lebih praktis, mudah dan dapat dilihat 24 jam. Selain itu, konsumen memilih pembelian online karena lebih menghemat waktu. Seperti yang kita ketahui, sikap konsumen itulah yang mendorong untuk mengkonsumsi barang secara online dan bahkan bisa berlebihan atau dengan kata lain tidak sesuai dengan kebutuhan.

### **Metode Penelitian**

Lokasi Penelitian yang diambil dalam pembahasan laporan ini adalah di Universitas Islam Sumatera Utara (UISU). Adapun fokus penelitian ini adalah pada mahasiswa UISU. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data yang berwujud angka-angka kemudian disusun secara sistematis dan diolah oleh program *SPSS Statistics Version 23*. Adapun yang menjadi sampel penelitian ini adalah sebanyak 30 orang mahasiswa. Skala yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah skala Likert. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan melakukan observasi, questioner dan dokumentasi.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Pengaruh Minat Jual Beli Online Shop Masyarakat Menurut Hukum Bisnis Islam**

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh pengaruh dari variable jumlah jual beli online shop terhadap hukum bisnis Islam dalam penjual online shop sebesar 0,011. Artinya jika jual beli mengalami kenaikan maka pendapatan usaha masyarakat juga akan meningkat sebesar 11%. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa jumlah jual beli online shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hukum bisnis Islam.

Hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variable jual beli online shop t hitung sebesar 21,644 dimana t hitung lebih besar dari t table yaitu ( $21,644 > 1,685$ ). Nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikansi variable jual beli online Shop lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi yang telah ditetapkan peneliti yaitu 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa variable jual beli online shop terhadap hukum bisnis Islam secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Peneliti menganalisis minat jual beli online shop masyarakat berpengaruh signifikan terhadap hukum bisnis Islam.

Peneliti menganalisis minat jual beli online shop masyarakat terhadap hukum bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap jual beli online shop semakin besar jual beli online shop diambil oleh masyarakat maka semakin besar jumlah pendapatan yang akan diperoleh. Dengan adanya jual beli online shop terhadap hukum bisnis Islam sehingga dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatannya. Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan jual beli online shop terhadap hukum bisnis Islam berpengaruh positif dan

signifikan terhadap jual beli online shop. Maka dapat kita lihat hasil penelitian yang sesuai dengan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menyerupai penelitian ini adalah Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Baju Muslimah Di Online Shop Pada Mahasiswi, ada pengaruh positif antara harga dan kepercayaan terhadap minat beli baju muslimah di online shop, namun ada beberapa kelemahan penelitian yang diantaranya: Metode pengumpulan data yang digunakan hanya angket atau skala sehingga kurang dapat mengungkap secara mendalam gejala psikologis yang tidak nampak dalam diri individu, Oleh sebab itu dengan adanya kelemahan pada penelitian terdahulu disimpulkan peneliti akan menyempurnakan penelitian terdahulu dengan melakukan penelitian baru.

Maka dengan demikian, hipotesis yang mengatakan bahwa jual beli online shop berpengaruh negatif dan signifikan terhadap hukum bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang diketahui bahwa  $t$  hitung jual beli online shop adalah sebesar -2,333 dengan signifikan sebesar 0,025. Hasil nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-2,333 < 1,685$ ) dan nilai signifikan  $0,025 > 0,05$ . Maka jual beli online shop tidak berpengaruh dan signifikan terhadap hukum bisnis Islam. Peneliti menganalisis jual beli online shop memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap hukum bisnis Islam.

### **Pandangan Masyarakat terhadap Ekonomi Islam dan Minat Jual Beli Online Shop**

Rukun Jual Beli menurut islam adalah adanya penjual, pembeli, barang yang di jual dan Ucapan ijab qabul. Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, monopoli, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Karena dalam alqur'an sudah dijelaskan tentang bahaya riba seperti yang terdapat didalam Alquran QS. Al. Baqarah /2: 275:

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

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”

Berdasarkan dari ayat diatas melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam. (SayyidSabiq, 2015:77)

Akad adalah kesepakatan (ikatan) antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, akad ini dikatakan sebagai inti dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya akad tersebut jual beli tidak mungkin terjadi dan sah transaksinya, dengan terbentuknya akad maka kerelaan mengikutinya, memang kerelaan tidak dapat dilihat dengan indra, karena ia

berhubungan dengan hati, namun dengan terjadinya akad itu melambangkan bahwa kedua belah pihak telah rela dalam melakukan jual beli.

Dalam membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *as-salam* dan transaksi *al-istishna*.

Intinya, Sebagaimana hukum dasar dari muamalah menurut Islam. Bisnis Online dihukumi haram (dibolehkan) selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusak seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya.

### **Seberapa Minat Jual Beli Online Masyarakat**

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, telah terjadi perubahan dalam perilaku berbelanja pada Mahasiswa. Perubahan dalam perilaku berbelanja pada Mahasiswa merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara online.

Adanya layanan ini untuk mudahnya mengakses internet di masa globalisasi seperti pada saat ini, dimana jarak antara satu dengan yang lain semakin kabur dan tidak terbatas. Keadaan ini tentu menyebabkan persaingan antara usaha online untuk berlomba-lomba dalam memberikan kemudahan, dan keyakinan dalam berbelanja online. Sehingga dapat menimbulkan minat beli konsumen dalam berbelanja online. Yang hingga sekarang kita dapat melihat bahwa kebanyakan masyarakat salah satunya mahasiswa lebih memilih belanja online dikarenakan tidak susah untuk keluar rumah. Sebagaimana yang disampaikan oleh beberapa informan seperti yang dikatakan oleh Darmanita Siregar dan Nur Rezki yang menyatakan bahwa dapat menghemat waktu dan lebih praktis dan murah. "Karena Berbelanja Online, dapat menghemat waktu dan tenaga, jadi saya tidak perlu membuang waktu untuk ketempat atau toko" "Karena Berbelanja Online, lebih praktis dan mudah ada beberapa Online Shop yang memberikan gratis ongkos kirim." Sependapat dengan kedua informan diatas, Irwan Taufik juga menyatakan hal yang sama bahwa belanja online lebih gampang memilih barang yang diinginkan "saya berbelanja online, karena berbelanja online itu barangnya terbatas dan saya merasa gampang dalam memilih barang dibandingkan berbelanja langsung ke toko karena kalau di toko banyak pilihan barangnya"

Menarik minat konsumen bertansaksi melalui online. Tentu juga berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh online shop itu sendiri. Jika kualitas suatu produk yang di jual diketahui konsumen mengenai kualitasnya yang bagus dan sesuai harapan, maka akan menarik minat konsumen untuk membeli melalui online. Harga juga dapat menimbulkan minat konsumen terutama konsumen yang sensitif terhadap harga dan barang murah. Dengan adanya perbedaan harga tentu akan menimbulkan minat konsumen untuk membelinya melalui online. Selain kemudahan, keyakinan, produk, harga juga dibutuhkan promosi untuk menyampaikan informasi tentang produk tersebut kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut seperti yang dikatakan oleh informan yang bernama Fitri Indah Sari yang menyatakan bahwa berbelanja online harganya relatif murah di bandingkan dengan berbelanja langsung ke toko. "Menurut saya kualitas barang yang ada di online sama dengan barang yang dijual di toko tetapi biasanya harga barang online lebih murah di bandingkan dengan dipasar atau di toko."

Saat ini seperti kita ketahui bersama perkembangan teknologi media massa berjalan dengan pesat. Masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan

aktivitas komunikasi. Selain itu, animo individu atau masyarakat yang tinggi terhadap program komunikasi melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan internet menjadikan setiap saat individu dan masyarakat tidak lepas dari terpaan atau menerpaan diri terhadap media massa.

Perkembangan internet sebelum munculnya situs jejaring sosial, pada awalnya pengguna menggunakannya untuk belajar, mencari tugas, informasi dan untuk bertukar Email dengan teman-teman mereka. Namun seiring dengan dibuatnya situs jejaring sosial mulailah terjadi pergeseran penggunaan dan fungsi internet.

Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa. Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan. Internet juga digunakan instansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administratif, pengurusan, matakuliah, pengurusan nilai, juga hal-hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan. (Denis MC Quail, 2016:4)

Kondisi ini mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada di lingkungan sekitar akibat adanya internet. Internet memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan penggunaannya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru salah satunya belanja. Online shop adalah salah satu fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang disajikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan, ataukah demikian dengan mahasiswa yang berminat menggunakan jasa online shop sebagai cara belanja atau kah hal lain yang membuat Mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara memilih cara belanja ini. Online Shop merupakan solusi bagi mahasiswa dalam melakukan transaksi jual beli, karena dengan online shop mahasiswa tidak banyak kehilangan waktunya, karena online shop sudah memberikan harga pada setiap produk.

Perubahan cara belanja dengan menggunakan online shop sedikit banyak menggeser interaksi sosial yang semula jika bertransaksi secara langsung menggunakan komunikasi secara verbal, sebaliknya jika berbelanja melalui online shop proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi *verbal*. Online shop sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaannya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara online ini prosesnya dapat dengan mudah dilakukan cukup dengan membuka web online shop dengan sambungan jaringan internet.

## **Penutup**

Dengan menggunakan uji validitas, maka hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan didalam penelitian ini dinyatakan valid, yang ditunjukkan dengan nilai r hitung dari masing- masing item pernyataan yang memiliki nilai lebih besar dari 0,360. Dalam uji reliabilitas dapat diketahui bahwa hasil cron bach alpha hitung variable Jual Beli Online Shop (X) sebesar 0,890 dan cron bach alpha hitung variable Hukum Bisnis Islam (Y) sebesar 0,842 yang menunjukkan bahwa kedua instrument penelitian pada penelitian ini telah memenuhi unsure reliabilitas yang baik, dengan kata lain instrument penelitian ini adalah reliable atau terpercaya dan tingkat instrument penelitian sudah memadai karena nilai koefisiennya diatas 0,7. Berdasarkan pengelolaan data yang dilakukan peneliti dengan uji regresi linear sederhana dapat disusun dengan persamaan regresi berganda yaitu  $Y = a + b_1 X_1$  yang mana didapat hasilnya adalah  $Y = 5,503 + 0,170 X_1 + e$ . Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai t hitung = 1,917 < t tabel = 2,026. Menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, artinya Jual beli online shop tidak berpengaruh signifikan terhadap hokum bisnis Islam. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai t hitung

= 2,666 > t<sub>tabel</sub> = 2,026. Menunjukkan bahwa hipotesis diterima, jual beli online shop berpengaruh signifikan terhadap hukum bisnis Islam. Diperoleh nilai R square (R<sup>2</sup>) adalah sebesar 0,404 yang mengidentifikasi bahwa variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent sangat kuat, karenanilai (R<sup>2</sup>) diatas 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa jual beli online shop mampu menjelaskan variable hukum bisnis Islam sebesar 0,404 atau 40,4%, sedangkan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh factor lain. Jadi dengan demikian hipotesis berpengaruh terhadap jual beli online shop.

### Daftar Bacaan

Ahmad Izzan & Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Cet 1), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.

Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermediasoekanto, 2011

Ali, Zainuddin. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Siar Grafik, 2009.

Al-Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press. 1997.

Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta. 2007.

Barkatullah, Abdul Halim Dan Prasetyo, Teguh. *Bisnis Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008.

Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Rineka Cipta, 2007.

Bambang Sugono, *Metode Penelitian Hukum*, LP3ES, Jakarta, 2016.

Chapra, M. Umer. *Negara Sejahtera Islami Dan Perannya Di Bidang Ekonomi*. Surabaya: PT. Pustaka Utama. 1997.

Chapra, Umer. *Negara Sejahtera Islami Dan Perannya Di Bidang Ekonomi*. Surabaya: Risalah Gusti. 1997.

Chaundy, Sharif Muhammad. *Sistem Ekonomi Islam*. Surabaya :Kencana, 2012.

DewanPengurus Nasional FORDEBI. *Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta : RajaGrafindoPersada. 2016.

Durianto, Darmadi, Dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk* , Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Esterbg, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta, Bumi Aksara, 2002. Edwin Nasution, & Mustafa, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta: Graha Ilmu. 2011.

Febrian, Ferdhy. *The Power Of Selling*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2010.

Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi Semarang*, Universitas Diponegoro 2010.

Farouk Muhammad Djali, *Metode Penelitian Sosial "Bunga Rampai"*, PTIK Press, Jakarta, 2003.

- Hadi, Surhanto. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.1986.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Izzan, Ahmad & Tanjung, Syahri. *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an Yang Berdimensi Ekonomi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.2006.
- J. Stanton, William. *Fundamentals Of Marketing*. Singapore: Graw Hill International.2002.
- Kara, Muslimin. *Pengantar Ekonomi Islam*. Makassar: Alauddin Press.2009.
- Mannan, M. Abdul. *Islamic Economic: Theory And Practice*. Cambridge: The Islamic Academy.1986.
- Mowen, Mayer & Kent, Minor. *Analisis Perilaku Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.1998.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Surakarta, Era Intermedia, 2011.
- M. Umer Chapra, “*Negara Sejahtera Islami dan Perannya di Bidang Ekonomi*”, dalam Ainur R. Sophian, *Etika Ekonomi Politik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*, Surabaya, Risalah Gusti, 1997.
- Mujiatun,Siti,*Jual Beli Dalam Perspektif Islam*.Salam Dan Istisna.Sumatera.2013.
- Muhammad. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2007
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta, 2011.
- Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, 2004.
- R. Sophian, Ainur. *Etika Ekonomi Politik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*. Surabaya: Risalah Gusti.1997.
- Rizki,Beni. *Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen*. Pekanbaru, 2012.
- Surhanto Hadi, *Metode Penelitian*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 1986.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta, 2016.
- Soejono. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: UII Pres.1984.
- Swastha, Basu Dan Irawan. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.2000.
- Suryani, Tatik.*Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha. 2013.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah*. Depok :Keira Publishing 2015.
- Poerwadarminto. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2004.

Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam, *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo persada.2008.

Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Yuliadi, Imamudin. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: LPPP.2000.