PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI BISNIS *ONLINE* TERHADAP MINAT PEMBELI *E-COMMERCE* (PERSPEKTIF AKAD SALAM) DI KOTA PONTIANAK

SKRIPSI

Dwi Maulidia
NIM. B1061221007

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
KOTA PONTIANAK
TAHUN 2026

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Dwi Maulidia
NIM	: B1061221007
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Islam
Judul Proposal	: Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Bisnis *Online* Terhadap Minat Pembeli *E-Commerce* (Perspektif Akad Salam) Di Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 18 September 2026

Dwi Maulidia

NIM. B1061221007

PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Dwi Maulidia
NIM	:	B1061221007
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Skripsi	:	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Bisnis *Online* Terhadap Minat Pembeli *E-Commerce* (Perspektif Akad Salam) Di Kota Pontianak

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 18 September 2026

Dwi Maulidia
NIM. B1061221007

LEMBAR YURIDIS

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan Transaksi Bisnis *Online* Terhadap Minat Pembeli *E-Commerce* (Perspektif Akad Salam) Di Kota Pontianak

Penanggung Jawab Yuridis

Dwi Maulidia
B1061221007

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Islam
Tgl Ujian Skripsi/Tugas Akhir : 30 Juli 2026

Majelis Penguji

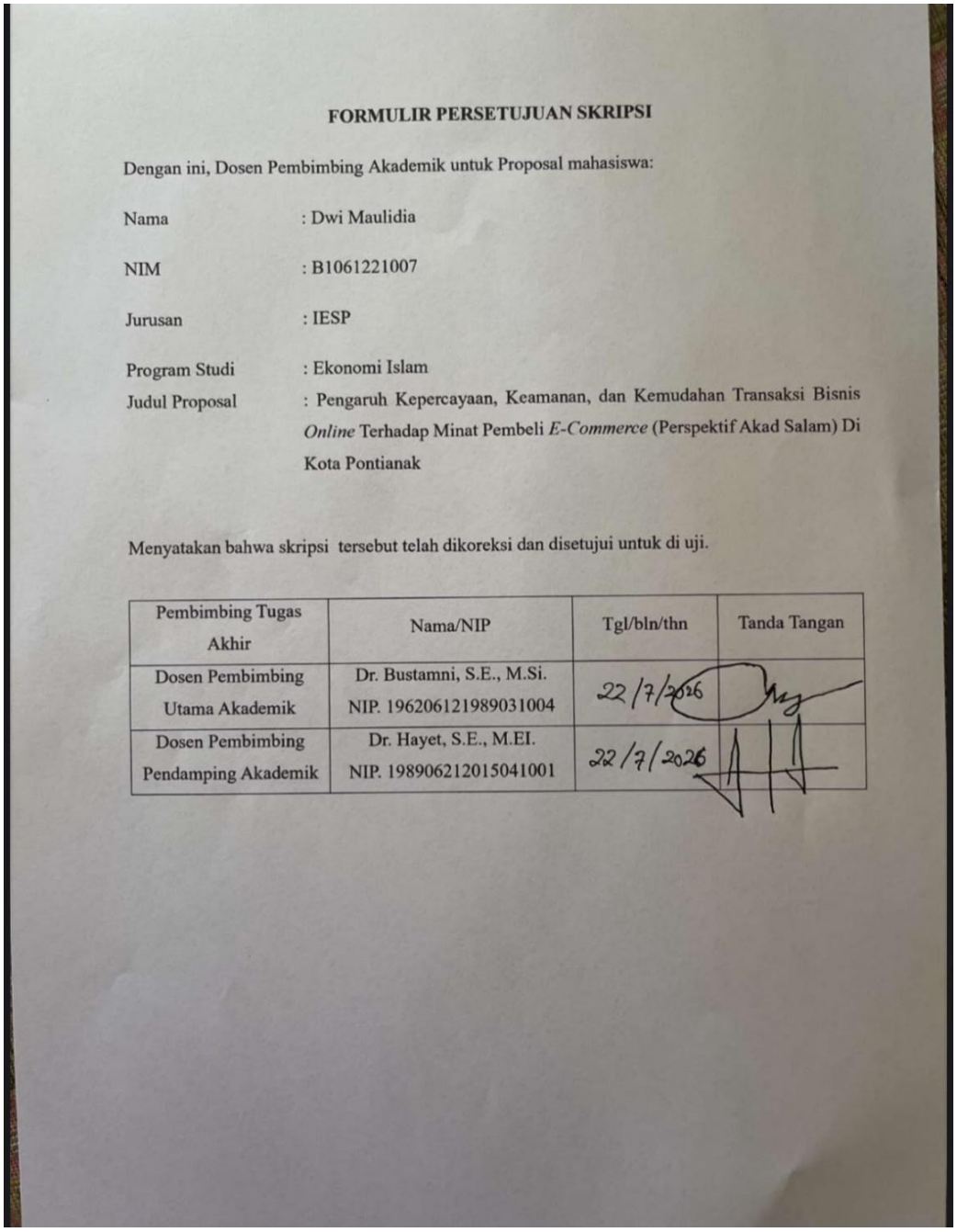
No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Ketua Sidang/ Pembimbing Utama	Dr. Bustami, S.E., M.Si.	3/9/2026	
		NIP 196206121989031004		
2.	Pembimbing Pendamping	Dr. Hayet, S.E., M.EI.	26/8/2026	
		NIP 198906212015041001		
3.	Ketua Penguji	Dr. Hendarmin, S.E., M.Si.	24/8/2026	
		NIP 197705092005011003		
4	Anggota Penguji	Nurul Laili Ittasyaq, S.Hi., M.E.	24/8/2026	
		NIP 198904152024062001		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi/Tugas Akhir

Pontianak, 17 SEP 2026
Koordinator Program Studi
Ekonomi Islam

Romi Suradi, S.EI., M.E.
NIP 198610022019031004

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini, Dosen Pembimbing Akademik untuk Proposal mahasiswa:

Nama : Dwi Maulidia

NIM : B1061221007

Jurusan : IESP

Program Studi : Ekonomi Islam

Judul Proposal : Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kemudahan Transaksi Bisnis *Online* Terhadap Minat Pembeli *E-Commerce* (Perspektif Akad Salam) Di Kota Pontianak

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk di uji.

Pembimbing Tugas Akhir	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Dosen Pembimbing Utama Akademik	Dr. Bustamni, S.E., M.Si. NIP. 196206121989031004	22/7/2026	
Dosen Pembimbing Pendamping Akademik	Dr. Hayet, S.E., M.EI. NIP. 198906212015041001	22/7/2026	

UCAPAN TERIMA KASIH

بِسْمِ ٱللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Bisnis *Online* Terhadap Minat Pembeli *E-Commerce* (Perspektif Akad Salam) Di Kota Pontianak" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Pertama-tama, dengan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT karena telah memberikan kesehatan, kesempatan, kesabaran, kelancaran serta kekuatan kepada penulis untuk melewati setiap proses hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, harapan, dukungan, bimbingan, motivasi, kritik, serta bantuan support dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Sosok wanita yang tangguh dan baik hati yaitu diri saya sendiri Dwi Maulidia, yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak memiliki kepercayaan terhadap dirinya sendiri. Namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa amat sulit. Perjalanan menuju impian ini berharap bisa menghantarkan ke masa depan yang lebih baik dan cerah nantinya. Terimakasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah terhadap kondisi. Terimakasih kepada raga yang terus melangkah maju tanpa henti, meskipun lelah menghadapi tekanan tapi tetap mau berjuang sampai saat ini. Teruslah belajar dan mensyukuri apa yang telah dicapai dan apa yang telah didapat. Sekali lagi ribuan terimakasih

aku ucapkan pada diriku sendiri karena sudah mampu mempertanggungjawabkan semua kepercayaan yang sudah diberikan termasuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai dengan jerih payah sendiri.

2. Kepada kedua orang tua saya yang tercinta, terima kasih untuk setiap doa yang tidak pernah putus, setiap pengorbanan yang mungkin tidak selalu penulis lihat, dan setiap dukungan yang selalu diberikan tanpa meminta balasan. Terima kasih telah menjadi tempat penulis pulang ketika lelah, menjadi penguat ketika penulis hampir menyerah, dan menjadi alasan bagi penulis untuk terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Skripsi ini mungkin hanya sebuah karya sederhana, tetapi di balik setiap halaman dan setiap pencapaian penulis, ada doa, air mata, kesabaran, serta perjuangan Bapak dan Ibu yang begitu besar. Tidak ada kata yang benar-benar cukup untuk membalas semua yang telah kalian berikan kepada penulis. Jika hari ini penulis dapat berdiri dan menyelesaikan pendidikan ini, maka sebagian besar keberhasilan ini adalah milik kalian. Terima kasih telah mempercayai penulis bahkan ketika penulis sempat meragukan kemampuannya sendiri. Terima kasih telah mengajarkan penulis bahwa setiap proses membutuhkan kesabaran dan bahwa tidak ada perjuangan yang sia-sia. Bapak dan Ibu, semoga pencapaian kecil ini dapat menjadi salah satu alasan kalian tersenyum dan merasa bangga.
3. Kepada Abang tercinta, terima kasih karena selalu mengingatkan dan mendorong penulis untuk segera menyelesaikan pendidikan, serta dengan sabar membimbing dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Di balik setiap doronganmu, ada kepedulian yang mungkin tidak selalu terucap. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan penulis untuk terus berjuang hingga sampai di titik ini.
4. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Tanjungpura periode 2023–2027.
5. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

7. Bapak Romi Suradi, S.EI., M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
8. Bapak Dr. Bustami, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran, serta motivasi kepada penulis sejak awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Dr. Hayet, S.E., M.EI. selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran, serta motivasi kepada penulis sejak awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
10. Bapak Dr. Hendarmin, S.E., M.Si. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
11. Ibu Nurul Laili Ittasyaq, S.Hi., M.E. selaku Anggota Penguji yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Terimakasih juga sudah mempercayai dan memilih penulis untuk mengikuti seminar ICCEIS 2026 sebagai presenter terhadap penelitian ini sehingga penulis bisa meraih penghargaan menjadi Best Presenter di ICCEIS 2026.
12. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
13. Seluruh tenaga kependidikan dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, yang telah membantu kelancaran proses administrasi selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
14. Kepada seseorang yang tidak dapat penulis sebutkan namanya tetapi begitu berarti dalam perjalanan ini, terima kasih telah hadir dan memilih untuk tetap tinggal di setiap proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih telah menjadi tempat penulis berbagi cerita, tempat penulis menemukan ketenangan dan seseorang yang selalu menguatkan ketika langkah penulis mulai terasa berat.

Terima kasih atas setiap waktu, kesabaran, perhatian, doa, dan kasih sayang yang diberikan tanpa banyak meminta balasan. Di balik setiap halaman yang berhasil penulis selesaikan, ada dukunganmu yang mungkin tidak terlihat, tetapi selalu penulis rasakan. Ketika penulis lelah, kamu menjadi tempat yang menguatkan penulis selalu berjuang. Ketika penulis ragu, kamu meyakinkan. Dan ketika penulis hampir menyerah, kamu mengingatkan bahwa sudah berjalan sejauh ini dan tidak boleh berhenti. Penulis mungkin tidak selalu mampu mengungkapkan betapa berartinya kehadiranmu, tetapi percayalah, kamu adalah salah satu bagian terindah dari perjalanan ini. Terima kasih telah mencintai penulis dalam proses, menerima segala lelah dan kurangnya penulis, serta tetap menjadi seseorang yang ingin penulis temui di antara banyaknya kesibukan dan perjuangan. Jika pencapaian ini adalah salah satu hal yang membuat penulis bangga pada diri sendiri, maka memiliki seseorang yang dengan tulus menemani prosesnya adalah hal yang akan selalu penulis syukuri. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.

15. Teruntuk sahabat Nur Isnawati yang telah menemani serta berteman dari SMP hingga penulis mencapai titik dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih telah menjadi sahabat terbaik yang selalu mendengar keluh kesah penulis, suka duka penulis, serta selalu mensupport penulis dalam hal apapun. Doa dan harapan penulis, kamu juga bisa menyelesaikan profesimu secepatnya. Penulis berharap kita berdua menjadi pribadi yang selalu ceria dan memiliki masa depan yang cemerlang dan pastinya selalu menjadi sahabat selamanya tanpa melupakan kenangan waktu kita sekolah dulu.
16. Teruntuk Lilik yang menjadi seperjuangan dalam penulisan skripsi penulis, terimakasih sudah menjadi bagian dari hidup penulis dan menjadi teman penulis walaupun kita dipertemukan oleh sahabat penulis sendiri, tetapi penulis merasa kamu adalah teman yang bisa mensupport dan memberi motivasi kepada punulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Doa penulis terhadap dirimu salalu menyertai dan semoga dimasa depan nanti kita bisa sukses bersama.
17. Kepada sahabat penulis semester akhir yang memiliki ikatan pertemanan baru

karena satu bimbingan tapi sudah memberikan kenangan yang indah dan sudah mau berjuang sampai titik terakhir ini, terimakasih kepada Sanggar dan Irma sudah membantu sebagian proses perjalanan penulis dan memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis sampai tahap ini, penulis berharap kita dapat bertemu kembali.

18. Teman-teman Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2022, yang telah menjadi rekan belajar, berdiskusi, dan berbagi pengalaman selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kenangan yang telah diberikan.
19. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.
20. Terakhir, penulis ucapkan terimakasih kepada *Coffe Shop* tercinta Lokale Select Merdeka yang sudah menjadi tempat dan saksi perjalanan panjang penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Di antara segelas kopi, lembaran revisi serta hari-hari yang penuh perjuangan, tempat ini telah menemani proses penulis hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini menjadi skripsi yang berguna dan bermanfaat bagi orang lain serta menjadi berkah bagi penulis dan semua pihak yang terlibat.

Pontianak, 18 September 2026

Dwi Maulidia
NIM. B1061221031

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI BISNIS *ONLINE* TERHADAP MINAT PEMBELI *E-COMMERCE* (PERSPEKTIF AKAD SALAM) DI KOTA PONTIANAK

Dwi Maulidia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan transaksi bisnis *online* terhadap minat pembeli *e-commerce* dalam perspektif akad salam di Kota Pontianak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden pengguna *e-commerce* di Kota Pontianak yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (*PLS-SEM*) melalui aplikasi *SmartPLS* dengan tahapan evaluasi *Outer Model*, evaluasi *Inner Model*, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce.* Sementara itu, variabel keamanan menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan tetap memiliki arah hubungan yang positif dalam transaksi bisnis *online*, khususnya dalam memberikan rasa aman kepada konsumen melalui perlindungan data pribadi dan keamanan selama proses transaksi. Namun, dalam penelitian ini, keamanan belum menunjukkan pengaruh yang cukup kuat secara statistik terhadap minat pembeli.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Minat Pembeli, *E-commerce*, Akad Salam.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of trust, security, and ease of online business transactions on e-commerce buyer interest from the perspective of the Salam contract in Pontianak City. The study used a quantitative approach with a survey method. Data were obtained by distributing questionnaires to e-commerce user respondents in Pontianak City, selected using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method through the SmartPLS application, with stages of Outer Model evaluation, Inner Model evaluation, and hypothesis testing. The results showed that the variables of trust and ease of online business transactions had a positive and significant effect on e-commerce buyer interest. Meanwhile, the variable of security showed a positive but insignificant effect on buyer interest. This indicates that security still has a positive relationship in online business transactions, particularly in providing consumers with a sense of security through personal data protection and security during the transaction process. However, in this study, security did not demonstrate a statistically strong enough effect on buyer interest.

Keywords*: Trust, Security, Convenience, Buyer Interest, E-commerce, Salam Contract.*

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI BISNIS *ONLINE* TERHADAP MINAT PEMBELI *E-COMMERCE* (PERSPEKTIF AKAD SALAM) DI KOTA PONTIANAK

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya aktivitas transaksi melalui *e-commerce* di Indonesia, termasuk di Kota Pontianak. Kemudahan transaksi *online* memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat, namun masih terdapat berbagai kendala yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan konsumen, keamanan transaksi, dan kemudahan penggunaan *platform e-commerce.* Kondisi tersebut memengaruhi minat masyarakat untuk melakukan pembelian secara *online*. Dalam perspektif ekonomi Islam, transaksi *e-commerce* memiliki keterkaitan dengan akad salam, yaitu akad jual beli yang mengutamakan kejelasan informasi, kejujuran, keamanan, serta kepastian penyerahan barang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap minat pembeli *e-commerce* dalam perspektif akad salam di Kota Pontianak.

2. Pernyataan Masalah

Meskipun penggunaan *e-commerce* terus meningkat, hasil *pra-survei* menunjukkan masih terdapat responden yang memberikan penilaian rendah terhadap indikator kepercayaan, keamanan, dan kemudahan transaksi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa ketiga faktor tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan minat pembeli. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak dalam perspektif akad salam.

3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak.
2. Menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak.
3. Menganalisis pengaruh kemudahan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna *e-commerce* di Kota Pontianak menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel penelitian terdiri atas kepercayaan, keamanan, kemudahan sebagai variabel independen dan minat pembeli sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan menggunakan *SmartPLS4* melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas, evaluasi *Inner Model* & *outher model*, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antarvariabel penelitian.

5. Hasil Penelitian

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak. Kepercayaan yang dibangun melalui kemampuan penjual dalam memberikan pelayanan, menjaga integritas, serta menunjukkan kepedulian kepada konsumen mampu meningkatkan keyakinan masyarakat dalam melakukan transaksi secara *online*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan konsumen terhadap *platform e-commerce* maupun penjual, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain itu, variabel keamanan juga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak. Perlindungan terhadap data pribadi, keamanan sistem pembayaran, serta jaminan keamanan transaksi memberikan rasa aman kepada konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*. Di samping

itu, variabel kemudahan turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli. Kemudahan dalam mengakses platform, mencari informasi produk, melakukan pembayaran, serta menyelesaikan proses transaksi menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk lebih tertarik berbelanja melalui *e-commerce.*

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan merupakan faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak, sedangkan keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat pembeli. Meskipun demikian, keamanan tetap memiliki peran dalam memberikan rasa aman kepada konsumen melalui perlindungan data pribadi, keamanan sistem pembayaran, serta jaminan keamanan transaksi. Temuan ini memperkuat teori yang digunakan dalam penelitian serta menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip akad salam, seperti kejujuran, keterbukaan informasi, kepastian transaksi, dan tanggung jawab penjual, tetap relevan dalam meningkatkan keyakinan konsumen dalam melakukan transaksi secara *online*.

6. Kesimpulan dan Implikasi Penelitian

6.1 Kesimpulan

a. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak.
b. Keamanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak.
c. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak.

6.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan, keamanan, dan kemudahan transaksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat pembeli *e-commerce.* Temuan ini memperkuat teori yang digunakan dalam penelitian mengenai kepercayaan, keamanan, dan kemudahan serta sejalan dengan prinsip akad salam yang menekankan kejujuran, transparansi, kepastian, dan perlindungan hak para pihak dalam transaksi bisnis *online*.

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT i
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI ii
LEMBAR YURIDIS iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK x
RINGKASAN xii
DAFTAR ISI xv
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR GAMBAR xix

BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 7
1.2.1. Pernyataan Masalah 7
1.2.2. Pertanyaan Penelitian 7
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4. Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1. Landasan Teori 9
2.1.1. Teori Kepercayaan 9
2.1.2. Teori Keamanan 12
2.1.3. Teori Kemudahan 16
2.1.4. Teori Minat Pembeli *E-Commerce* 20
2.2. Kajian Empiris 23
2.3. Kerangka Berpikir Teoritis 26
2.3.1. Kerangka Konseptual 26
2.3.2. Hipotesis Penelitian 27i

BAB III METODOLOGI 28
3.1 Bentuk Penelitian 28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 28
3.3 Jenis dan Sumber Data 28
3.4 Populasi dan Sampel 29
3.4.1. Populasi 29
3.4.2. Sampel 29
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 31
3.6 Analisis Data Menggunakan *SmartPls* 33
3.6.1 Evaluasi *Outer Model* 33
3.6.2. Evaluasi *Inner Model* 34
3.6.3. Uji Hipotesis 36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38
4.1. Deskripsi Data 38
4.1.1. Karakteristik Responden 38
4.2. Hasil Penelitian 39
4.2.1. Gambaran Umum Penelitian 39
4.3. Evaluasi *Outer Model (Measurement Model)* 39
4.3.1. Validitas Konvergen 40
4.2.2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) 42
4.2.3. Uji Reliabilitas 42
4.4. Evaluasi *Inner Model* (Structural Model) 44
4.4.1. Uji *R-Square* ($\boldsymbol{R2}$) 45
4.4.2. Uji Multikolineritas 45
4.4.3. Uji *F-Square* ($\boldsymbol{f2}$) 46
4.5. Uji Hipotesis 48
4.5.1. *Goodness of Fit* 48
4.5.2. Uji *Path Coefisien* (*dirrect effect*) 49
4.6. Pembahasan Hasil 51

4.6.1. Pembahasan Hasil Uji Validitas Konvergen 51
4.6.2. Pembahasan Hasil Uji Validitas Diskriminan 52
4.6.3. Pembahasan Hasil Uji Reliabilitas 53
4.6.4. Pembahasan Hasil Uji *R-Square* (Koefisien Determinasi) 54
4.6.5. Pembahasan Hasil Uji Multikolinearitas (*Inner VIF Value*) 55
4.6.6. Pembahasan Hasil Uji *Effect size* (*F-Square*) 56
4.6.7. Pembahasan Hasil Uji *Goodness of Fit* (Model Fit) 56
4.6.8. Pembahasan Hasil Uji *Path coefficient* 57
4.7. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis 59
4.7.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pembeli 59
4.7.2. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Pembeli 61
4.7.3. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Pembeli 64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 68
5.1. Kesimpulan 68
5.2. Saran..... 69
DAFTAR PUSTAKA..... 70
DAFTAR LAMPIRAN 75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penduduk Kota Pontianak 2023-2024 3
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna E-commercedi Indonesia Tahun 2023-2024 4
Tabel 1.3 Jumlah Data Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Kuesioner 5
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian 32
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Domisili dan Jenis Pekerjaan 38
Tabel 4.2 Uji Validitas Convergent Loading Factor 40
Tabel 4.3 Perhitungan Nilai AVE Pada Uji Validitas 41
Tabel 4.4 Uji Validitas Diskriminan 42
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel 43
Tabel 4.6 Uji R-Square 45
Tabel 4.7 Uji Multikolineritas 46
Tabel 4.8 Uji F-Square 46
Tabel 4.9 Uji Goodness of Fit 48
Tabel 4.10 Uji Path Coefisien 49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 26

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan sistem digital telah mendorong perubahan dalam berbagai aktivitas ekonomi, termasuk transaksi perdagangan berbasis elektronik *(e-commerce)*. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien sehingga mendorong meningkatnya aktivitas belanja *online* di masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam transaksi digital menjadi penting untuk dikaji. Perkembangan sistem digital juga menjadi pondasi utama dalam berbagai aspek kehidupan modern sekarang, terutama dalam mendukung aktivitas berbasis yeknologi informasi dan komunikasi (Achmad, 2024).

Transformasi digital telah mendorong berkembangnya *e-commerce* sebagai sarana transaksi jual beli secara *online* yang menawarkan kemudahan dan efisiensi. Namun, Keberhasilan transaksi *online* sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan konsumen, keamanan sistem, serta kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan digital. Transformasi digital ini melahirkan konsep *e-commerce* sebagai sarana transaksi jual beli secara *online* yang memberikan kemudahan, efisiensi, serta jangkauan pasar yang lebih luas. Meskipun *e-commerce* menawarkan berbagai kemudahan, masih terdapat sejumlah permasalahan yang menjadi perhatian utama, yaitu terkait dengan aspek keamanan dan kepercayaan. Keamanan dalam *e-commerce* berkaitan dengan perlindungan data pribadi, transaksi keuangan, serta sistem dari ancaman kejahatan siber seperti penipuan dan pencurian data. Rendahnya tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna dapat menimbulkan kekhawatiran, sehingga menghambat mereka dalam melakukan transaksi secara *online*. Perkembangan teknologi terutama pada *e-commerce* menjadi bagian paling penting dalam transformasi bisnis di era digital. Pemanfaatan teknologi internet telah mengubah cara

perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan konsumen serta menciptakan nilai ekonomi baru. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi serta melakukan transaksi secara cepat dan efisien (Munawar & Rizky, 2024).

Kebutuhan dan keinginan konsumen di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi risiko dan kepercayaan terhadap marketplace yang digunakan. Konsumen cenderung melakukan transaksi dengan tingkat keamanan yang lebih tinggi. Namun, prinsip-prinsip moral seperti keadilan, kejujuran, dan perlindungan hak konsumen penting untuk dipertimbangkan saat berurusan dengan transaksi *e-commerce.* Selain itu, kepercayaan juga menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan *e-commerce.* Kepercayaan konsumen muncul ketika pengguna merasa bahwa platform mampu memberikan jaminan keamanan, keandalan, serta integritas dalam setiap transaksi (Judianto, 2024).

Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian adalah kepercayaan pelanggan. Karena keamanan dan kepercayaan sangat terkait, pengguna akan lebih percaya pada *platform e-commerce* dengan keamanan yang tinggi. Kepercayaan ini juga akan memengaruhi keinginan pembeli. Sebelum keputusan pembelian benar-benar terjadi, minat beli konsumen dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang keamanan dan kepercayaan platform yang digunakan (Wahyudi, 2025).

Dalam ekonomi syariah, berbagai bentuk akad telah digunakan untuk mengatur konsep kepercayaan dan keamanan dalam transaksi. Salah satunya adalah akad salam, yang merupakan akad jual beli di mana pembayaran dilakukan di awal dan barang diserahkan pada waktu yang telah ditetapkan dengan spesifikasi yang jelas. Dalam akad ini, kejelasan mengenai jenis, kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan barang menjadi syarat utama untuk menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dan penipuan. Konsep akad salam memiliki relevansi dengan praktik *e-commerce* saat ini, karena dalam transaksi *online* pembeli sering melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum barang diterima. Oleh karena itu, kepercayaan, keamanan dan kemudahan menjadi faktor penting agar transaksi dapat berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Penjual dituntut untuk memberikan informasi produk secara jujur dan transparan,

sedangkan sistem transaksi harus mampu menjamin keamanan pembayaran dan kepastian pengiriman barang. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip akad salam diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong minat beli masyarakat terhadap *e-commerce* (Rambe, 2022). Terdapat data pertumbuhan penduduk dan pengguna *e-commerce* di Kota Pontianak sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penduduk Kota Pontianak 2023-2024

Penduduk Kota Pontianak	Total Penduduk Kota Pontianak
Jumlah penduduk Kota Pontianak 2023	675.468 jiwa
Jumlah penduduk Kota Pontianak 2024	682.900 jiwa

Sumber : Statistik Daerah Kota Pontianak & databoks 2024-2025

Berdasarkan Tabel 1.1 jumlah penduduk Kota Pontianak mengalami peningkatan dari 675.468 jiwa pada tahun 2023 menjadi sekitar 682.900 jiwa pada tahun 2024. Peningkatan jumlah penduduk tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan pasar bagi perkembangan transaksi bisnis *online*. Semakin besar jumlah penduduk, semakin besar peningkatan jumlah konsumen yang memanfaatkan *platform e-commerce*untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi digital, ada kemungkinan bahwa penggunaan *e-commerce*di Kota Pontianak akan meningkat. Namun, kemajuan teknologi dan faktor-faktor seperti kemudahan, keamanan, dan kepercayaan *platform* yang digunakan memengaruhi pilihan pelanggan untuk melakukan transaksi *online*. Meskipun perkembangan *e-commerce*mengalami peningkatan yang cukup pesat masih terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Berbagai kasus seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, penipuan *online*, serta kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi sering menjadi alasan konsumen merasa ragu untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce.* Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan transaksi *online* tidak hanya ditentukan oleh perkembangan teknologi, tetapi juga dipengaruhi

oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Kondisi ini menjadi salah satu alasan penting dilakukannya penelitian mengenai pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat beli pengguna *e-commerce*di Kota Pontianak dalam perspektif akad salam.

Tabel 1.2

Jumlah Pengguna E-commercedi Indonesia Tahun 2023-2024

Tahun	**Jumlah Pengguna *E-commerce***	**Jenis Transaksi**	**Persentase Tahunan**
2023	1.100.900 Triliun	Non-marketplace	84,21 %
2024	1.288.930 Triliun	Marketplace	15,79 %
Pertumbuhan	**17,08 %**	**Total**	**100%**

Sumber : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 menjabarkan bahwasanya perkembangan *e-commerce*di Indonesia tahun 2023-2024 terus meningkat sebesar 17,08%. Pada tahun 2023 memiliki jumlah sebesar 1.100.900 Triliun dan tahun 2024 memiliki jumlah pengguna *e-commerce*sebesar 1.288.930 Triliun. Dari data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin memanfaatkan *platform e-commerce* dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun demikian, untuk saat ini masih belum ditemukan data resmi yang secara khusus menunjukkan jumlah pengguna *e-commerce*di Kota Pontianak. Keterbatasan data tersebut menyebabkan sulitnya mengetahui secara pasti tingkat penggunaan *e-commerce*didaerah tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat pembeli pada *e-commerce*di Kota Pontianak.

Semakin banyak orang yang menggunakan internet menunjukkan bahwa transaksi digital telah menjadi komponen penting dari aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, kemajuan dalam teknologi bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi bagaimana pelanggan bertindak saat berbelanja *online*. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk menemukan elemen yang dapat meningkatkan minat beli pelanggan pada

platform e-commerce sehingga bisnis dapat menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Tabel 1.3

Jumlah Data Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Kuesioner

NO	Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Kuesioner																										
	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL	P12	P13	P14	P15	P16	P17	TOTAL	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	TOTAL	Total Keseluruhan
1	4	3	3	5	3	18	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	5	4	4	3	27	92
2	3	5	4	4	4	20	5	4	5	3	4	4	25	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	5	5	29	97
3	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	4	27	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35	116
4	3	1	1	2	3	10	1	5	4	1	1	1	13	2	5	4	4	3	1	19	1	3	5	3	5	5	4	26	68
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	96
6	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	4	4	27	5	4	5	4	4	5	27	4	4	5	5	5	4	5	32	108
7	3	3	3	4	4	17	5	2	3	5	3	3	21	3	3	4	3	5	3	21	3	3	5	4	5	3	3	26	85
8	4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	5	4	5	27	4	4	5	4	5	5	5	32	107
9	5	5	4	5	4	23	4	4	5	4	4	5	26	4	5	5	3	5	5	27	4	4	4	5	4	5	5	31	107
10	5	4	5	5	4	23	3	5	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	3	27	4	4	5	5	5	5	5	33	107
	Total Skor					79,60%	Total Skor						79%	Total Skor							82,70%	Total Skor							85,40%	82%

Sumber : Data Jawaban Responden Kuesioner (2026)

Berdasarkan hasil *pra-survei* terhadap 10 responden yang dipilih secara acak sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.3 yang diperoleh dengan persentase skor untuk variabel kepercayaan sebesar 79,60%, variabel keamanan sebesar 79%, variabel kemudahan sebesar 82,70%, dan variabel minat pembeli sebesar 85,40%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa persentase keseluruhan variabel sebesar 82%, secara umum persepsi responden terhadap keempat variabel berada pada kategori baik. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa responden yang memberikan skor 1, 2, dan 3 pada beberapa indikator pertanyaan, khususnya pada aspek kepercayaan, keamanan, dan kemudahan. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat keraguan responden terhadap tingkat kepercayaan, keamanan transaksi, serta kemudahan penggunaan *e-commerce.* Kondisi tersebut dapat mempengaruhi minat pembeli dalam melakukan transaksi *e-commerce* sehingga menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap minat pembeli pada transaksi *e-commerce.*

Secara teoritis, semakin tinggi tingkat kepercayaan, keamanan dan kemudahan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula minat pembeli untuk melakukan transaksi pada *platform e-commerce.* Namun, hasil *pra-survei* menunjukkan kondisi yang belum sepenuhnya sesuai dengan harapan tersebut. Meskipun perkembangan *e-commerce*terus meningkat dan memberikan berbagai kemudahan dalam bertransaksi,

masih terdapat responden yang memberikan penilaian rendah terhadap kepercayaan, keamanan, maupun kemudahan, sehingga minat pembeli belum menunjukkan kondisi yang sepenuhnya optimal. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara kondisi yang diharapkan berdasarkan teori dengan kondisi faktual yang ditemukan pada hasil pra-survei.

Selain fenomena yang terjadi di lapangan, penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap minat pembeli *e-commerce* juga masih menunjukkan hasil yang belum konsisten (*research gap*). Beberapa penelitian terdahulu, seperti Purbasari (2017), Imam Baihaqi (2025), Ernitasari (2025), serta Listiani dan Wulandari (2022), menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, dan kemudahan memengaruhi minat pembeli pada *platform e-commerce* secara positif dan signifikan. Namun demikian, penelitian Colin dan Nugroho (2024) menjelaskan bahwa besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut tidak selalu sama pada setiap objek penelitian karena dipengaruhi oleh karakteristik responden, pengalaman penggunaan, serta jenis *platform e-commerce* yang digunakan. Hasil yang berbeda dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pembuktian empiris diperlukan untuk hubungan antara kepercayaan, keamanan, dan kemudahan terhadap minat pembeli. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat pembeli *e-commerce* di Kota Pontianak dengan menggunakan perspektif akad salam sebagai pembeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *e-commerce* tidak secara otomatis diikuti oleh meningkatnya kepercayaan, keamanan, dan kemudahan yang dirasakan konsumen. Perbedaan antara kondisi ideal dengan fakta hasil *pra-survei* mengindikasikan bahwa pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat pembeli masih perlu dibuktikan secara empiris, khususnya pada pengguna *e-commerce* di Kota Pontianak dalam perspektif akad salam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan transaksi bisnis *online* terhadap minat pembeli *e-commerce* dalam perspektif akad salam di Kota Pontianak.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli melalui *e-commerce.* Kemudahan akses internet serta berbagai fitur yang ditawarkan *platform e-commerce* menjadikan transaksi *online* semakin diminati oleh masyarakat. Meskipun demikian, keberhasilan transaksi melalui *e-commerce* tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan konsumen terhadap penjual, keamanan sistem transaksi, serta kemudahan penggunaan platform. Ketiga faktor tersebut menjadi pertimbangan penting bagi konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian secara *online*.

Berdasarkan hasil *pra-survei* pada Tabel 1.3, pada variabel kepercayaan, keamanan, kemudahan, dan minat pembeli semuanya termasuk dalam kategori yang baik. Namun, masih terdapat responden yang memberikan penilaian rendah pada beberapa indikator kepercayaan, keamanan, dan kemudahan dalam bertransaksi melalui *e-commerce.* Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan minat pembeli. Oleh karena itu, penelitian harus dilakukan untuk melihat bagaimana kepercayaan, keamanan, dan kemudahan berdampak pada minat pembeli *e-commerce* dari perspektif akad salam di Kota Pontianak..

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pernyataan masalah sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli *e-commerce* di Kota Pontianak?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat beli *e-commerce* di Kota Pontianak?

3. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat beli *e-commerce* di Kota Pontianak?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli *e-commerce* di Kota Pontianak.
2. Untuk mengetahui keamanan berpengaruh terhadap minat beli *e-commerce* di Kota Pontianak.
3. Untuk mengetahui kemudahan berpengaruh terhadap minat beli *e-commerce* di Kota Pontianak.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi penyedia *platform e-commerce*, perlu terus meningkatkan kualitas layanan dengan memperkuat kepercayaan konsumen melalui penyediaan informasi produk yang akurat, transparansi proses transaksi, serta pelayanan yang responsif.
b. Bagi konsumen, kemudahan dalam menggunakan *platform e-commerce* hendaknya diimbangi dengan sikap yang cermat ketika bertransaksi.
c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat pembeli, seperti harga, kualitas produk, kualitas layanan, promosi, kepuasan pelanggan, atau persepsi risiko.