

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perilaku pembelian tidak terencana yang dilakukan oleh generasi z dalam prespektif Maqashid Syariah. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi kepada informan yang menggunakan *payment gateway* jenis ShopeePay dan OVO dalam berbelanja online. Teknik analisis untuk pengujian validitas yang digunakan adalah triangulasi metoda penyelesaian dan triangulasi teori. Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Generasi Z yang berjenis kelamin wanita mengatakan bahwa pembelian tidak terencana yang dilakukan karena adanya faktor spontanitas, potongan harga, hype, gratis ongkir, dan *cashback*. Pembelian tidak terencana yang dilakukan menghasilkan perasaan menyesal dikemudian hari oleh kebanyakan informan. Namun ada beberapa juga dari informan yang merasa tidak ada rasa penyesalan dikemudian hari karena barang tersebut sesuai dengan kebutuhan.
2. Penerapan Maqashid Al-Syariah pada pembelian tidak terencana pada generasi z dengan menggunakan *payment gateway* oleh informan banyak yang memenuhi kebutuhan *Daruriyat* dan *Hajiyat*. Namun ada satu informan yang hanya memenuhi kebutuhan *Tahsiniyat* dalam melakukan pembelian tidak terencana. Perilaku informan mencapai *Mafsadah* karena meskipun informan melakukan pembelian kebutuhan dharuriyat barang tersebut

terpenuhi. Namun ada satu informan yang dalam melakukan pembelian tidak terencana mencapai *mafsadah*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian sehingga masih perlu adanya perbaikan yang lebih sempurna. Adapun keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Masa pandemi membuat beberapa pengumpulan data tidak bisa dilakukan secara langsung, melainkan diganti melalui fitur pesan *WhatsApp*.
2. Tidak banyak pengembangan pertanyaan pada pengumpulan data melalui fitur pesan *WhatsApp* di beberapa informan sehingga lebih banyak terbatas pada daftar pertanyaan yang telah disusun

5.3 Saran

Peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian ini banyak kekurangan dan belum sempurna, sehingga peneliti memberikan saran kepada pihak yang akan memiliki kepentingan dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari informasi literatur buku mengenai pemanfaatan *payment gateway*
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengenal dari jauh hari kepada informan agar data yang didapatkan lebih lengkap.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Qur'an Surah Al-Furqan ayat 67
Al-Qur'an Surah Al-Isra ayat 26-27
Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 188
Al-Qur'an Surah Al-An'am ayat 151
Al-Qur'an Surah Ar-Rum ayat 28
Al-Qur'an Surah Al-Ahzab ayat 49
Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 188
Al-Qur'an Surah Al-Imran ayat 159
Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6
Al-Qur'an Surah Al-Jatsiyah ayat 18
Hadist al-Syâthibi tentang Maqashid al-Syariah
Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik.
Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
Bungin. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
Cope. (2016). Case study research methodology in nursing research. *Oncology Nursing*, 42(6), 681-882. doi: 10.1188/15.ONF., 42(6).
Damanik, E. (2012). Perancangan Sistem Informasi pembayaran online Menggunakan payment Gateway. *Sosial Manajemen*, 13(1), 63-65.
databoks.katadata.co.id. (2020, Juli 6). *Pengunjung Situs Shopee Terbesar di Indonesia*. From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia#> diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul

12.10 WIB

- Engel, J., & Blackwell, R. (1995). *Consumer Behaviour*. Chicago: Dryden Press.
- Enggardi, R. V. (2017). Kesejahteraan Karyawan Perspektif Maqashid Syariah pada Pusat Penelitian Kopi dan Kakao. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 4(8), 599-612.
- Fauzia, I. Y. (2016). Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 237–256.
- Fauzia, I. Y. (2016). Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam maqashid Al-Shariah. *Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).
- Fauzia, I. Y. (2018). Islamic Models Of Saving And Investment Sebagai Suatu Tawaran Atas Perilaku Impulse Buying Pada Produk Dan jasa Tahsiniyat. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 12(22), 1-22.
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. K. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Fauzia, I. Y., Setiawan, N., & Setia, S. (2018). Perilaku Impulse Buying Muslimah Indonesia: Studi Kasus Pembelian tidak Terencana Produk Woman Fashion melalui Pembelian Online. *Kafa'ah Journal*, 8(2).
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 77.
- Hodgetts, D., & Stolte, O. (2012). Case-based research in community and social psychology: Introduction to the special issue. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 379–389.
- I'sana, A. D., & Nugraheni, R. (2013). Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below The Line, Dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Srilatu Departement Store. *Diponegoro Journal Management*, 2(2), 3.
- Kara, M. (2012). Pemikiran Al-Syatibi Tentang Masalah Dan Implementasinya Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah. *ASSETS*, 2(2), 178.
- Kasimin, P. P. D., & Wars, M. M. (2014). Effect Of Discounts, Sales Promotion and Merchandising On Impulse Buying at Toko Intam Purwokerto.

- Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway pada Financial Technology dengan Metode Eucs. *Jurnal INFORMA*, 4(3).
- Maryam, S., & Wahyuningsih, S. (2018). Pengaruh Transaksi C2c Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying (Servei Pada Konsumen Pt Shopee International Indonesia). *Jurnal Komunikasi*, 3(1).
- Meidita, Y., Suprpto, & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5683.
- Meleong, J. L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Meleong, J. L. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhyiddin, N. T., Tarmizi, M. I., & Yulianita, A. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muzlifa, E. (2013). Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam. *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 3(2), 73-93.
- Nafiah, R., & Faih, A. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2).
- Nisrina, Y. E., Putra, W. H., & Hanggara, B. T. (2019). Pengembangan E - Commerce Dengan Pemanfaatan Sistem Payment Gateway (Studi Kasus: Wisata Kampung Sapi Adventure). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(10), 9402.
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan. 5(2).
- OJK. (2020, Mei 3). From OJK (Otoritas Jasa Keuangan): <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-30-April-2020.aspx> diakses pada tanggal 20 Oktober 2020 pukul

15.45 WIB

- OVO. (2017). *OVO.id*. From <https://www.ovo.id/about> diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 08.00 WIB
- Pongtiku, A., Kayame, R., Rerey, V. H., Soeprapto, T., & Resubun, Y. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Saja*. Nulisbuku.com.
- Pratomo, Y. (2019, Mei 16). From KOMPAS.com: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa> diakses pada tanggal 20 Oktober 2020 pukul 15.30 WIB
- Puspasari, T. M., & Maulina, D. (2019, Maret). Digitalisasi Pembayaran Marketplace Menggunakan Midtrans Payment Gateway. *Jurnal Mobile and Forensics*, 1(1).
- Puspitasari, R., & Mulyana, M. (2012, April). Perilaku Pembelian Produk Pakaian Bermerek Yang dilakukan Staf Pengajar STIE Kesatuan Bogor. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 12(1), 54.
- Putra, Y. S. (2016, Desember). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti* , 9(18).
- Raco. (2010). *"Metode Penelitian Kualitatif" Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* . Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahmat, P. S. (2016). Penelitian Kualitatif. 5(9).
- Rosul, C. S. (2019, September). Hubungan Hukum Penyelenggara Payment Gateway dan Konsumen dalam Sistem Pembayaran Elektronik. *Vol. 2 No. 5*, 1614.
- Rosul, C. S. (2019). Hubungan Hukum Penyelenggara Payment Gateway dan Konsumen dalam Sistem Pembayaran Elektronik. *Jurist-Diction*, 2(5), 1614.
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, 237.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shopee. (2020). *Apakah yang dimaksud dengan ShopeePay?* From <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay> diakses pada tanggal

25 Oktober 2020 pukul 11.35 WIB

- Singh, A., & Dangmei, J. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 3(3).
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, 5(1), 43.
- Ulinnuha, I. H. (2017, February 14). From KOMPAS.com: <https://bogor.kompas.com/read/2017/02/14/090100326/.fintech.dan.perilaku.keuangan.generasi.milenial?page=all> diakses pada tanggal 20 Oktober 2020
- Verhagen, Dolen. (2011). The influence of online store beliefs on consumer online impulse buying: A model and empirical application.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015, September). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 111.
- Widya, U. C. (2010). *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Cv. Pena Persada.
- Wulan, W. N., Suharyati, & Rosali. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Xiang, Zheng, Lee, Zhao. (2015). Exploring consumers' impulse buying behavior on social commerce platform: The role of parasocial interaction.