

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh transaksi online terhadap santri mahasiswa PPNU Kotagede Yogyakarta yaitu :
 - a. Pengaruh positif dan signifikan transaksi online terhadap faktor kepercayaan sebesar 24,1%
 - b. Pengaruh positif dan signifikan transaksi online terhadap faktor kemudahan sebesar 1,1 %
 - c. Pengaruh positif dan signifikan transaksi online terhadap faktor kualitas servis sebesar 14,9%
 - d. Pengaruh positif dan signifikan transaksi online terhadap faktor amanah dan tanggung jawab sebesar 33,6%
2. Faktor yang paling dominan dan signifikan dalam bertransaksi secara online terhadap santri mahasiswa Pondok Pesantren Nurul Ummah adalah faktor amanah dan tanggung jawab sebesar 33,6%

B. Saran

1. Melihat dari hasil penelitian, bahwa tingkat kepercayaan, kemudahan, kualitas servis dan amanah berpengaruh terhadap santri mahasiswa Pondok Pesantren Nurul Ummah bertransaksi secara online sebesar 41,4 %, maka bagi peneliti yang ingin mengangkat tema sama, dapat menentukan variabel independen yang lain.
2. Mengingat minat santri bertransaksi online semakin marak, maka penelitian ini mungkin dapat menjadi acuan pengelola dalam menemukan regulasi dan kebijakan terbaik yang harus diambil. Hal ini agar kiranya dapat membentuk perilaku konsumsi sesuai dengan yang diharapkan oleh pondok pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani
- Asnawi, Haris Faulidi.2004. *Transaksi bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press
- Atmojo, Panggih P.Dwi.2002. *internet untuk bisnis*. Yogyakarta :Dirkomnet Training
- Diana, Anastasia. *Mengenal E-Business*. 2001. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Indrajit, Richardus Eko.2001. *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis Di dunia maya*. Jakarta: PT Elex Komputindo
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran edisi 3 jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Muslich. 2010. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekononesia FE UII
- Muslich. *etika bisnis islami, landasan filosofis normatif dan substansi implementasi*. Yogyakarta: Ekonesia FE UII
- Partino dan M. Idrus.2012. *statistic inferensia 1*. Yogyakarta: Safiria insane pers
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Rajawali Pers
- Purwanto. 2010. *metode kuantitatif*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Purbo, Onno W dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal e-commerce*. Jakarta: Elex media komputindo
- Sugiyono. *Metode penelitian bisnis*.1999. Bandung : CV. Alfabeta (tergabung dalam IKAPI-ikatan penerbit indonesia)
- Utomo, Setiawan Budi.2003. *Fiqh Aktual. Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta :Gema insani

SKRIPSI

- Anandya Cahya Hardiawan.2013. *pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap pembelian secara online (studi kasus di toko bagus)*. Semarang
- Adreawan Tarigan. 2011. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Kepercayaan Merek dalam Jaringan (Studi Kasus Pada Forum Jual Beli www.kaskus.us)*. Yogyakarta
- Buky Sudradjat.2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Tiket Secara Online di situs AirAsia*.Jakarta
- Ishaq Ade Kusuma.2008. *Pengaruh Akses Website Jual-Beli online dan Tingkat Prioritas Pembelian Online Terhadap Minat Mahasiswa (Study komparatif Akses Website Forum Jual Beli Kaskus dan Toko Bagus)*. Yogyakarta
- Rahmat Anwar Fedrian. 2013. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dengan Model Periklanan Website Toko Bagus.com*. Yogyakarta

WEBSITE

- <http://tekno.kompas.com/read/2014/05/08/1114312/Tahun.Ini.Pengguna.Internet.Capai.3>.diakses tanggal 10 april 2014
- <http://www.merdeka.com/teknologi/transaksi-online-di-indonesia-nomor-satu-se-asia-pasifik.html> diakses tanggal 10 april 2014
- http://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 11 april 2014
- <http://www.apjii.or.id> diakses pada tanggal 18 Januari 2017
- https://www.academia.edu/4389912/Penjualan_online_berbasis_media_sosial_dalam_perspektif_ekonomi_Islam di akses pada tanggal 19 september 2014