

**PENGARUH SISTEM PENJUALAN *DROPSHIPPER* DAN  
*RESELLER* TERHADAP MINAT BISNIS MAHASISWA PRODI  
EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI  
HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh:

**DIANA HOLIDA**  
**NIM: E20192144**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2023**

**PENGARUH SISTEM PENJUALAN *DROPSHIPPER* DAN  
*RESELLER* TERHADAP MINAT BISNIS MAHASISWA PRODI  
EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI  
HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Diana Holida

NIM: E20192144



Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I**

**NIP. 197608122008011015**

**PENGARUH SISTEM PENJUALAN *DROPSHIPPER* DAN  
*RESELLER* TERHADAP MINAT BISNIS MAHASISWA PRODI  
EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI  
ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Hari: Kamis**

**Tanggal: 30 November 2023**

**Tim Penguji**

Ketua

Sekretaris



**Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I**  
NIP. 197202172005011001



**Udik Mashrudi, S.E., M.M**  
NIP. 2005106

Anggota :

1. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I.
2. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa (4): 29).\*



---

\* Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit J-Art, 2004), 83

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan, saya persembahkan karya ini sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, tanda cinta dan kasih sayang serta, rasa hormat kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sunardi dan Ibu Rustiana, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan serta memberikan semangat dan motivasi, dukungan moril dan materiil kepada penulis.
2. Adekku Mohamad Ivan Naufal yang selalu memberiku semangat dalam mengerjakan skripsi ini jadi tidak ada kata bosan dan menghibur dengan tingkah laku yang lucu.
3. Seluruh keluarga besarku yang sudah ikut menolong dan mendoakan serta senantiasa membagikan semangat serta motivasi, sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Para guru dan dosen, yang telah berjasa dalam memberikan banyak ilmu, doa dan motivasi kepada penulis.
5. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah yang sudah menemani berproses selama 4 tahun ini untuk menuntut ilmu di kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
6. Kampus kebanggaanku Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tercinta yang telah mendidikku baik dan ilmu pengetahuan maupun ilmu agama.
7. Sahabat penulis, Miftahun Nurul Fajriah, Ulfatun Hasanah, dan teman-teman lainya yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

## ABSTRAK

**Diana Holida, Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., 2023:** *Pengaruh Sistem Penjualan Dropshipper dan Reseller Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.*

**Kata Kunci:** sistem penjualan *dropshipper*, *reseller*, minat bisnis

Sistem bisnis khususnya bisnis jual beli sudah mengalami kemajuan seiring kemajuan teknologi dan informasi. Jika dahulunya untuk melakukan jual beli antara penjual dan pembeli harus bertemu secara langsung, berbeda dengan saat ini untuk melakukan transaksi cukup menggunakan media *internet*, segala kemudahan dalam memenuhi kebutuhan menjadi salah satu alasan utama masyarakat menjalankan bisnis *online* baik menjadi *reseller* dan *dropshipper*.

Rumusan masalah penelitian ini yaitu 1) apakah sistem penjualan *dropshipper* berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2) apakah sistem penjualan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 3) apakah sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis yang terjadi dikalangan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) untuk mengetahui pengaruh sistem penjualan *dropshipper* terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2) untuk mengetahui pengaruh sistem penjualan *reseller* terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 3) untuk mengetahui pengaruh sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis yang terjadi dikalangan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian spesifikasi, yaitu sistematis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dari angkatan 2019 hingga 2022, dan sampel yang digunakan sebanyak 20 mahasiswa. Pemilihan sampel menggunakan random sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu, analisis regresi linier berganda, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini adalah 1) variabel *dropshipper* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat bisnis mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2) variabel *reseller* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 3) variabel *dropshipper* dan *reseller* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmad dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dengan judul Pengaruh Sistem Penjualan *Dropshipper* Dan *Reseller* Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Tentu saja selama penulisan skripsi ini, peneliti banyak menghadapi banyak kesulitan, hambatan serta problem yang lainnya. Namun, dengan adanya bantuan dari bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Jadi saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam serta selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
4. Ibu Sofiah, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



5. Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.EI. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun melaksanakan hasil studi selama di bangku perkuliahan.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga seluruh kebaikan serta pertolongan beliau semua memperoleh berkah dari Allah SWT. Penulis menyadari jika skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini disebabkan keterbatasan waktu, dana serta keahlian penulis sendiri. Untuk itu para pembaca diharapkan bisa memberi masukan serta saran guna menjadikan hasil penelitian ini menjadi lebih baik.

Pada akhirnya kepada Allah SWT kita kembalikan seluruh urusan, serta mudah-mudahan skripsi ini berguna untuk seluruh pihak, khususnya kepada penulis serta para pembaca, semoga Allah SWT meridhoi serta mencatat skripsi ini sebagai ibadah disisi- nya, Amiin. Penulis berharap hasil penelitian ini menjadi sumbangan yang berarti dalam meningkatkan ilmu pengetahuan, serta menjadi penyempurna bagi peneliti berikutnya khususnya Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.

Jember, 01 September 2023  
Penulis,

Diana Holida  
NIM: E20192144



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b> .....	<b>i</b>
<b>Lembar Persetujuan Pembimbing</b> .....	<b>ii</b>
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	<b>iii</b>
<b>Motto</b> .....	<b>iv</b>
<b>Persembahan</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xiv</b>
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1. Variabel Penelitian .....	8
2. Indikator Variabel .....	9
F. Defenisi Operasional.....	11
G. Asumsi Penelitian .....	12
H. Hipotesis.....	13
I. Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>18</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	18
B. Kajian Teori .....	28
1. Sistem Penjualan .....	28
2. <i>E-commerce</i> .....	33
3. <i>Dropshipper</i> .....	39
4. <i>Reseller</i> .....	42

5. Minat Bisnis .....	44
<b>BAB METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Populasi dan Sampel .....	49
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	52
D. Analisis Data .....	53
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	61
B. Penyajian Data .....	63
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	65
D. Pembahasan.....	92
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
A. Simpulan .....	98
B. Saran-Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1 Matrik Penelitian	
Lampiran 2 Pengantar Kuesioner	
Lampiran 3 Kuesioner	
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian	
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	
Lampiran 8 Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi	
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Tanggungan Plagiasi	
Lampiran 10 Surat Ijin Penelitian	
Lampiran 11 Jurnal Penelitian	
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi	
Dokumen	
Lampiran 13 Riwayat Hidup	

## DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
Tabel 1.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dari angkatan 2019/2022.	51
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert.....	53
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah .....	62
Tabel 4.2 Data Responden .....	63
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas X1 ( <i>Dropshipper</i> ).....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas X2 ( <i>Reseller</i> ).....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Y (Minat Bisnis) .....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas X1 ( <i>Dropshipper</i> ).....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas X2 ( <i>Reseller</i> ) .....	69
Tabel 4.10 hasil Uji Reliabilitas Y (Minat Bisnis).....	69
Tabel 4.11 Uji Statistik Variabel X1 ( <i>Dropshipper</i> ).....	70
Tabel 4.12 Uji Statistik Variabel X2 ( <i>Reseller</i> ).....	73
Tabel 4.13 Uji Statistik Variabel Y (Minat Bisnis).....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitasi .....	87
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (t) .....	90
Tab el 4.19 Hasil Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	92

## DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual .....	13



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matrik Penelitian .....	105
Lampiran 2 Pengantar Kuesioner .....	110
Lampiran 3 Kuesioner .....	111
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian .....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....	116
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	120
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	121
Lampiran 8 Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi .....	123
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Tanggungan Plagiasi .....	124
Lampiran 10 Surat Ijin Penelitian .....	125
Lampiran 11 Jurnal Penelitian .....	127
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi .....	128
Dokumen .....	129
Lampiran 13 Riwayat Hidup .....	131

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan sesuatu kegiatan menjual belikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Menurut Ebert bisnis adalah suatu kelompok orang yang mempunyai suatu tujuan untuk mendapatkan keuntungan, dan dalam pengelolaan barang untuk memperoleh barang yang berkualitas. Menurut Ebert, bisnis dijalankan oleh beberapa orang atau kelompok yang selalu mencari keuntungan yang menjadi tujuan serta targetnya dalam berbisnis. Bisnis merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan oleh kelompok atau perorangan, yang telah mengalami pengorganisasian saat mencari laba lewat penyediaan suatu produk yang menjadi kebutuhan masyarakat.<sup>1</sup>

Sistem adalah sekelompok unsur yang erat hubungannya satu sama lain, berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan penjualan adalah teknik atau seni yang dimiliki seorang penjual agar bisa mempengaruhi orang lain untuk membeli produk barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>2</sup> Untuk dapat memenangkan persaingan setiap usaha bisnis dituntut kreatif dan inovatif dalam mencari trobosan-trobosan baru khususnya dalam bidang pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan meningkatkan keuntungan melalui pemasaran *online*.

---

<sup>1</sup> Nurlaila Isima, Syahrul Mubarak Subeitan, "Wanprestasi Dalam Kontrak Bisnis Syariah Serta Penyelesaian Sengketnya," *Jurnal Of Islamic Economic* 1, no. 2 (2021): 111.

<sup>2</sup> Vidya Chalista, Arnida Wahyuni Lubis, "Analisis Sistem Penjualan *Kredit* Pada Perum Perumas *Project* Sukaramai Sentraland Meda," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 1, no. 2 (2022): 1-2.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Sedangkan pemasaran *online* adalah suatu sistem kinerja perusahaan yang berfokus pada penjualan barang, jasa ataupun promosi yang menggunakan media *internet* sebagai pendukung sistem tersebut. Pemasaran *online* disini lebih dikenal dengan sebutan *e-commerce* yang menggunakan media internet sebagai kegiatan bertransaksi sehingga suatu kegiatan berbelanja menjadi mudah dan efisien. Faktor kemudahan ini menjadi salah satu pendorong suatu individu atau organisasi yang memiliki bisnis *offline* bertransformasi menjadi bisnis *online*.<sup>3</sup>

Dewasa ini sistem bisnis khususnya bisnis jual beli sudah mengalami kemajuan seiring kemajuan teknologi dan informasi. Jika dahulunya untuk melakukan jual beli antara penjual dan pembeli harus bertemu secara langsung, berbeda dengan saat ini untuk melakukan transaksi cukup menggunakan media *internet*. *Internet* merupakan jaringan besar yang menghubungkan orang-orang seluruh dunia, sehingga mempermudah interaksi dengan orang lain di seluruh Indonesia dengan cepat dan mudah. Hal ini yang menjadi faktor utama munculnya bisnis *online*.

Bisnis *online* disini merupakan bisnis dengan menggunakan media *internet* sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Produk yang

---

<sup>3</sup> Hawangga Dhiyaul Fadly, Utama, "Membangun Pemasaran *Online* Dan *Digital Branding* Ditengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Inovasi dan Bisnis* 5, no. 2 (2020): 215.



dipasarkan berupa produk barang, produk digital dan jasa. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan berbagai media. Sebagai contohnya yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial. *Digital marketing* adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen.<sup>4</sup>

Konsumen yang mendapatkan secara sah dalam menggunakan barang atau jasa untuk suatu kegunaan tertentu. Sedangkan produsen disini untuk mengolah produk. Produk barang pakaian, makanan, dan elektronik. Jenis produk barang ini akan memakai jasa pihak ketiga yaitu kurir untuk mengantarkan produk ke alamat pembeli.<sup>5</sup> Sedangkan produk digital berupa *video*, *audio* dan *software*. Untuk produk digital ini pembeli cukup menggunakan akses internet untuk *men-download* produk digital tersebut ke komputer.

Model bisnis yang ditawarkan oleh toko *online* pada saat ini adalah sistem *dropshipping* dan *reseller*. *Dropshipping* adalah suatu sistem jual beli dimana penjual menjual produk yang tidak dimiliki dan tidak memiliki persediaannya (stock barang). Sedangkan *reseller* merupakan jual beli dimana *reseller* pengecer yang tidak memiliki stok barang. *Dropshipper* disini itu mengirim barang ke pembeli atas nama *reseller* dengan demikian maka pihak

---

<sup>4</sup> Irwan Christanto Edy dkk, "Pelatihan Strategi Pemasaran *Digital* Pada Siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo (Pendekatan Sistem Bisnis *Dropsip*)," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6, no. 1 (2022): 40.

<sup>5</sup> Dinaryati Rahim, "Analisis Hukum Tanggung Jawab Produsen Dalam Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen," *Jurnal Administrasi Publik dan Politik* 4, no. 2 (2020): 148.

pembeli sudah dibuat dari awal memiliki perspektif bahwa yang memiliki barang tersebut adalah pihak *reseller* dan juga tidak memegang barang karena barang tersebut dikirim langsung ke pembeli sehingga tidak melihat barangnya secara langsung, bagaimana kondisi sebenarnya dari sisi ukuran dan kualitas hanya mengetahui barang tersebut melalui keterangan saja dari pihak toko online. *Reseller* bukan agen dari pemilik barang hanya bisa menjualkan barang pengecer dari berbagai toko *online*.

Cara kerja dari seorang *reseller* adalah mengambil atau membuat stok barang dari penjual besar atau yang sering disebut sebagai distributor atau *supplier*. Biasanya, kedua penyetok besar ini membuat harga yang jauh lebih murah dari harga pasaran. Seorang *reseller* membeli produk sebelumnya dengan ketentuan yang ada, promosi bisa dengan daftar produk dan dengan contoh produk yang sudah dibeli, mendapatkan media promosi atau sejenisnya dengan gratis dan ada kalanya berupa *website*. Dari sinilah peran *reseller* untuk mengambil keuntungan sendiri. Misalnya jika distributor menjual satu lusin pakaian dengan harga 100 ribu, sedangkan harga pasaran adalah 150 ribu. Artinya, *reseller* dapat menjual atau mendapatkan selisih harga 50 ribu dari harga distributor. Inilah yang dimaksud dengan keuntungan langsung *reseller*.<sup>6</sup>

Segala kemudahan dalam memenuhi kebutuhan menjadi salah satu alasan utama masyarakat menjalankan bisnis *online* baik menjadi *reseller* dan

---

<sup>6</sup> Amalia Damayanti, "Analisis Mekanisme *Reseller* dan *Dropshipper* Dalam Bisnis *Online* Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung)," *Jurnal Jurusan Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2020): 79.

*dropshipper*. Dengan sistem ini pelaku bisnis *online* bisa melakukan transaksi jual beli tanpa memerlukan modal dan mempromosikan produk-produknya secara *online* menggunakan media sosial.<sup>7</sup>

Sebagai Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mempunyai bisnis secara mandiri adalah hal yang baik untuk dilakukan, mengingat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah salah satu perguruan tinggi yang memberikan materi penting terkait dengan usaha dan bisnis terutama pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 7 diantaranya sudah menekuni bisnis secara mandiri dan 3 lainnya memilih fokus pada pendidikan, 7 orang tersebut menyatakan bahwa yang mempengaruhi mereka untuk melakukan bisnis adalah pengetahuan tentang kewirausahaan, keinginan untuk mandiri, serta faktor pemenuhan kebutuhan pribadi yang kadang memerlukan biaya lebih. Jenis usaha yang mereka tekuni adalah melakukan penjualan barang secara *online* dengan sistem *dropshipper* dan *reseller*, oleh karena itu pada penelitian kali ini penulis mengambil judul “Pengaruh Sistem Penjualan *Dropshipper* Dan *Reseller* Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”.

---

<sup>7</sup> Hawangga Dhiyaul Fadly, Utama, “Membangun Pemasaran *Online* Dan *Digital Branding* Ditengah Pandemi Covid-19,” *Jurnal Inovasi dan Bisnis* 5, no. 2 (2020): 215.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas maka rumusan masalah yang mendasari penyusunan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sistem penjualan *dropshipper* berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?
2. Apakah sistem penjualan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?
3. Apakah Sistem Penjualan *dropshipper* dan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis yang terjadi dikalangan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian, adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem penjualan *dropshipper* berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Untuk mengetahui sistem penjualan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

3. Untuk mengetahui sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* berpengaruh terhadap minat bisnis yang terjadi di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam setiap melakukan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua kalangan, manfaat tersebut memiliki dua sifat yaitu teoritis dan praktis. Manfaat teoritis yaitu lebih kepada pengembangan keilmuan sedangkan manfaat praktis yaitu memecahkan suatu masalah. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu diantaranya:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai penambah wawasan keilmuan dan kontribusi pemikiran mengenai sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* dalam bisnis online untuk meningkatkan minat bisnis.
- b. Sebagai wawasan baru sehingga dapat dijadikan rujukan penelitian terkait bisnis *online*.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan informasi dan kontribusi yang berguna untuk pengembangan sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* dalam bisnis *online* untuk meningkatkan minat bisnis.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan penelitian berikutnya untuk para mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisa data menggunakan metode regresi linier berganda. Data diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Ruang lingkup penelitian meliputi beberapa variabel berikut:

### 1. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah variabel yang ditetapkan oleh penulis berbentuk apa saja dan untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulan. Adapun variabel dalam penelitian kuantitatif dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas yang disimbolkan (X), dan variabel terikat yang disimbolkan (Y) dengan uraian sebagai berikut:

#### a. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau variabel bebas juga dapat diartikan sebagai variabel yang memengaruhi variabel terikat.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

- |                       |        |                   |
|-----------------------|--------|-------------------|
| 1) <i>Dropshipper</i> | —————→ | (X <sub>1</sub> ) |
| 2) <i>Reseller</i>    | —————→ | (X <sub>2</sub> ) |

b. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karenanya adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Bisnis (Y).<sup>8</sup>

1) Minat Bisnis  $\longrightarrow$  (Y)

2. Indikator Variabel

Indikator adalah hal-hal yang menunjukkan keterwakilan dari nilai sebuah variabel. Indikator dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 1.1 Variabel dan Indikator Penelitian**

VARIABEL	INDIKATOR
1) Sistem Penjualan <i>Dropshipper</i> (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> adalah bisnis <i>online</i> yang mudah dimulai tanpa memerlukan modal.</li> <li>2. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> mempermudah pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan.</li> <li>3. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> mampu menjangkau <i>customer</i> dengan mudah hanya dengan memposting barang jualan di <i>media sosial</i>.</li> <li>4. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> penjual tidak bisa memastikan proses pengiriman barang pada <i>customer</i> dengan cepat.</li> <li>5. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> penjual tidak bisa memastikan kualitas barang yang dijual.</li> </ol>
2) Sistem Penjualan <i>Reseller</i> (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem penjualan <i>reseller</i> harus mengeluarkan modal untuk memulai bisnis <i>online</i>.</li> <li>2. Sistem penjualan <i>reseller</i> penjual bisa menentukan harga jual barang sesuai dengan</li> </ol>

<sup>8</sup> Nur'Sakdah dkk, "Analisis pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui Dropshipper Pada Media E-Commerce," *Jurnal Magister Manajemen* 10, no. 3 (2021): 178-180.



	<p>keinginannya.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Sistem penjualan <i>reseller</i> penjual bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal.</li> <li>4. Sistem penjualan <i>reseller</i> penjual bisa mengetahui kualitas barang yang dijual.</li> <li>5. Sistem penjualan <i>reseller</i> penjual bisa dengan mudah menjangkau <i>customer</i> memulai foto produk yang di posting melalui <i>media sosial</i>.</li> <li>6. Sistem penjualan <i>reseller</i> penjual bisa mengatur pengiriman barang yang <i>diorder</i> oleh <i>customer</i>.</li> </ol>
3) Minat Bisnis (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa akan merasa dihargai jika mempunyai bisnis sendiri.</li> <li>2. Mahasiswa akan lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri.</li> <li>3. Mahasiswa ingin mempunyai usaha sendiri.</li> <li>4. Mahasiswa ingin bisa mengembangkan usaha sendiri.</li> <li>5. Mahasiswa senang dengan pekerjaan yang waktunya tidak mengikat.</li> <li>6. Mahasiswa senang berjualan online dengan sistem <i>reseller</i>.</li> <li>7. Mahasiswa senang berjualan <i>online</i> dengan sistem <i>dropshipper</i>.</li> <li>8. Mahasiswa ingin bebas mengelola suatu usaha sendiri.</li> <li>9. Mahasiswa ingin memiliki keuntungan yang maksimal dari usaha <i>online</i> yang telah dijalani.</li> <li>10. Mahasiswa ingin memiliki kebebasan dalam mengelola</li> </ol>

	keuangan. 11. Mahasiswa sangat tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan yang mandiri. <sup>9</sup>
--	---

## F. Definisi Operasional

Pembahasan dalam skripsi ini perlu adanya penjelasan tentang istilah yang dipakai dalam judul, maka agar pembahasan lebih terfokus dan terarah penulis menjelaskan lebih terperinci.

### 1. *Dropshipper*

*Dropshipper* merupakan penjualan produk yang memungkinkan *dropshipper* menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari tanpa harus menyetok barang (*supplier*) dan menjual dengan harga yang ditentukan oleh *dropshipper* atau kesepakatan harga bersama antara *supplier* dengan *dropshipper*.<sup>10</sup>

### 2. *Reseller*

*Reseller* adalah menjual kembali setiap barang baru yang kita telah beli. *Reseller* hampir mirip dengan pedagang yang sama-sama mengambil barang dari penjual dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Muhammad Sidik Priadana, Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pasca Books 2021), 109.

<sup>10</sup> Lailatul Risma, "Analisis Jual Beli *Online* Dengan Sistem *Dripshipping* Di Toko Alhusna Herbal Pemalang Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Manajemen* 2, no. 3 (2022): 111.

<sup>11</sup> Amalia Damayanti, "Analisis Mekanisme *Reseller* Dan *Dropshipper* Dalam Bisnis *Online* Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung)," *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2020): 74.

### 3. Minat Bisnis

Minat bisnis merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Seseorang yang berminat terhadap wirausaha akan memiliki kecenderungan hati untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya.<sup>12</sup>

#### G. Asumsi Penelitian

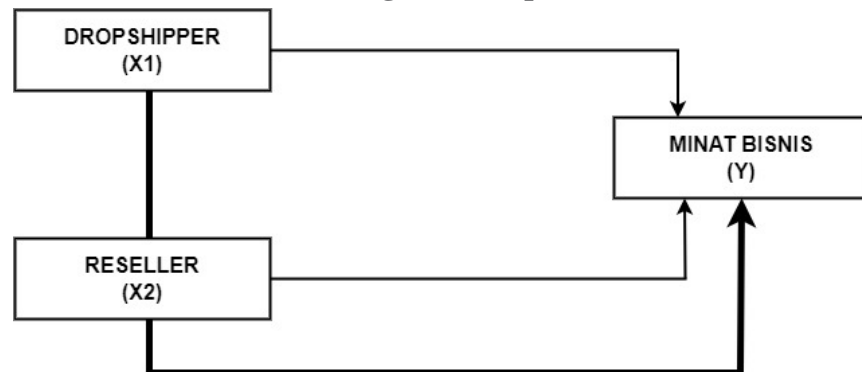
Asumsi penelitian atau disebut dengan anggapan dasar merupakan suatu gambaran sangkaan, perkiraan, kesimpulan sementara, atau suatu teori sementara yang belum dibuktikan. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melakukan pengumpulan data. Anggapan dasar mempunyai fungsi yaitu untuk mempertegas variabel yang akan menjadi pusat penelitian dan merumuskan hipotesis.

Asumsi pada penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Terdapat kerangka konseptual untuk mengetahui lebih jelas bagaimana pengaruh tersebut yaitu sebagai berikut:

---

<sup>12</sup> Dyah Ayu Ardiyanti dkk, "Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2019): 169.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Konseptual**



Berdasarkan model konseptual pada gambar di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga bahwa variabel *dropshipper* dan *reseller* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan.

H2: Diduga variabel *dropshipper* berpengaruh secara parsial terhadap minat bisnis mahasiswa.

H3: Diduga variabel *reseller* berpengaruh secara parsial terhadap minat bisnis Mahasiswa.

## H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau suatu sebab akibat dari kinerja variabel yang memerlukan bukti kebenaran. Hipotesis terdapat empat macam yaitu hipotesis deskriptif, hipotesis argumentif, hipotesis kerja dan hipotesis statistik. Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Sistem Penjualan *Dropshipper* dan *Reseller* Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”, sesuai dengan judul tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut:

## 1. Pengaruh *dropshipper* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah

Nur Hasanah<sup>13</sup> Fauziah A.Syaid<sup>14</sup> dan Muhammad Reza Palevy<sup>15</sup>.

*Dropship* merupakan kegiatan dimana penjual tidak perlu menyediakan stok barang hanya memasarkan barang secara online dari *supplier*. Penelitian dengan judul “Sistem *Dropshipping* Dalam Penjualan *Online* Pada Masyarakat Kel. Benteng Kec. Patampanua Kab. Pinrang (Perspektif Hukum Islam)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif *dropshipper* terhadap minat bisnis mahasiswa prodi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *dropshipper* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

H<sub>0</sub> : Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara *dropshipper* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

## 2. Pengaruh *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi

*Reseller* merupakan bagian model bisnis ritel dari perspektif divisi model bisnis berbasis manufaktur. *Reseller* akan membeli produk dengan harga hasilnya, kemudian menjual kembali kepada pelanggan. Rina

<sup>13</sup> Nur Hasanah, “Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* Di Toko *Online* S3 *Komputer* Surabaya,” (Skripsi, Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2019): 7.

<sup>14</sup> Fauziah A. Syaid, “Sistem *Dropshipping* Dalam Penjualan *Online* Pada Masyarakat Kel. Benteng Kec. Patampanua Kab. Pinrang (Perspektif Hukum Islam)”, (Skripsi, IAIN Parepare, 2019): 19.

<sup>15</sup> Muhammad Reza Palevy, “Sistem Transaksi dan Pertanggungjawaban Risiko Dalam Jual Beli *Dropshipping* Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal of Sharia Economics* 1, no. 2 (2020): 9.

Irawati<sup>16</sup>, Stanley Paransa<sup>17</sup> dan Reni Riswati<sup>18</sup> melakukan penelitian terhadap pengambilan keputusan *reseller* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat. Pengambilan keputusan menjadi *reseller* adalah karena memiliki penghasilan tambahan dan kebebasan waktu bekerja serta dapat membantu perekonomian keluarga dengan memiliki kemandirian finansial sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif *reseller* terhadap minat bisnis mahasiswa prodi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini:

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

H<sub>0</sub>: Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

### **3. Pengaruh *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi**

Nur Hasanah melakukan penelitian terhadap mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di toko *online* S3 Surabaya yang menyatakan bahwa *dropshipper* dan *reseller* sama-sama memiliki pengaruh yang

<sup>16</sup> Rina Irawati, "Pengambilan Keputusan *Reseller Frozen Food* Sebagai Pilihan Berwirausaha Di Masa Pandemi," *Jurnal Management Studies* 16, no. 2 (2022): 130.

<sup>17</sup> Stanley Paransa dkk, "Analisis Penerapan *E-Commerce* Dengan Sistem *Dropshipping* Terhadap Kepercayaan, Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen", *Jurnal Business Economics* 2, no. 2 (2020): 30.

<sup>18</sup> Reni Riswati, "Pengaruh *Giveaway*, *Price Discount*, dan *Reseller* terhadap Peningkatan Penjualan Ms. *Glow Mabella*, Kisaran," *Jurnal Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan* 2, no. 1 (2022): 595.

signifikan dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh relasi toko *online S3 Surabaya*.<sup>19</sup> Kedua variabel ini, yakni *dropshipper* dan *reseller* memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

H<sub>0</sub>: Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

## I. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan argumentasi yang sistematis, penulis harus mengembangkan sistem yang dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Sistematika penulisan merupakan rangkuman sementara dari isi suatu penelitian yang bertujuan untuk mencari secara global dari semua pembahasan yang ada. Berikut sistematika pembahasan penulis:

**BAB I.** Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusah masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator variabel), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

**BAB II.** Kajian kepustakaan. Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, dan kajian teori.

---

<sup>19</sup> Nur Hasanah, "Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* Di Toko *Online S3 Komputer Surabaya*," (Skripsi, Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2019): 7.



**BAB III.** Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisa data.

**BAB IV.** Penyajian Data dan Analisis. Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, Penyajian Data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan.

**BAB V.** Penutup. Bab ini berisi simpulan dan saran saran



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini telah banyak dilakukan oleh banyak peneliti, sehingga penelitian terdahulu penting untuk dijadikan rujukan sebagai informasi dan bahan acuan bagi penulis. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Nur Hasanah 2019 “Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* Di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya”. Hasil dari penelitian ini menjelaskan tentang mekanisme *dropshipper* dan *reseller*, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sistem wawancara kepada pelaku bisnis yaitu toko S3 komputer Surabaya. Mekanisme *dropshipper* dan *reseller* S3 komputer Surabaya tidak memiliki perbedaan karena hanya berpatokan pada *pricelist* yang sudah ditetapkan toko.<sup>20</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah pada penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama meneliti tentang sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller*. Perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kuantitatif.
2. Fauziah A. Syaid 2019 “Sistem *Dropshipping* Dalam Penjualan *Online* Pada Masyarakat Kel. Benteng Kec. Patampanua Kab. Pinrang (Perspektif

---

<sup>20</sup> Nur Hasanah, “Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* Di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya,” (Skripsi, Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2019): 23.

Hukum Islam)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme jual-beli dengan sistem *dropship*, dan perspektif hukum Islam mengenai sistem jual-beli *dropship* yang dilakukan masyarakat Kel. Benteng Kec. Patampanau Kab. Pinrang. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.<sup>21</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang adalah sama-sama meneliti tentang sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller*. Perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kuantitatif.

3. Muhammad Reza Palevy 2020 “Sistem Transaksi Dan Pertanggungjawaban Risiko Dalam Jual Beli *Dropshipping* Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. sistem transaksi maupun pertanggungjawaban risiko pada jual beli *dropshipping* perspektif ekonomi Islam. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian studi kepustakaan (*library research*) dengan analisis kualitatif bersifat deskriptif analisis dengan metode deduktif tentang sistem *dropshipping* dan dianalisis dengan pendekatan ekonomi Islam. Dari hasil penelitian, sistem jual beli *dropshipping* yang selama ini dipraktikkan belum memenuhi kriteria akad pesanan dalam Islam seperti akad salam, akad *samsarah* dan juga akad wakalah dan diidentifikasi mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) dari

---

<sup>21</sup> Fauziah A. Syaid, “Sistem *Dropshipping* Dalam Penjualan *Online* Pada Masyarakat Kel. Benteng Kec. Patampanua Kab. Pinrang (Perspektif Hukum Islam)”, (Skripsi, IAIN Parepare, 2019): 19.

spesifikasi barang yang dijual oleh *dropshipper*.<sup>22</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller*, perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dan penelitian sekarang menggunakan metode kuantitatif.

4. Stanley Paransa 2020 “Analisis Penerapan *E-Commerce* Dengan Sistem *Dropshipping* Terhadap Kepercayaan, Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen”. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh penerapan *e-commerce* dengan sistem *dropshipping* terhadap kepercayaan, minat dan keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yang pernah melakukan transaksi pembelian khususnya di *Teny Onlineshop* yang menggunakan sistem *dropshipping*. Teknik analisa data menggunakan analisa regresi linear sederhana.<sup>23</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah membahas pengaruh sistem penjualan *dropshipper* sedang perbedaannya terletak pada teknik analisis data yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear sederhana sedang penelitian

---

<sup>22</sup> Muhammad Reza Palevy, “Sistem Transaksi dan Pertanggungans Risiko Dalam Jual Beli *Dropshipping* Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal of Sharia Economics* 1, no. 2 (2020): 8.

<sup>23</sup> Stanley Paransa dkk, “Analisis Penerapan *E-Commerce* Dengan Sistem *Dropshipping* Terhadap Kepercayaan, Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen”, *Jurnal Business Economics* 2, no. 2 (2020): 30.

sekarang menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear berganda.

5. Deby Nur Winda Sari 2021 “Pengaruh Aktivasi Merek Melalui *Instagram Msglowbeauty* Terhadap Keterlibatan *Reseller* Pada Produk Ms.Glow”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh yang signifikan antara aktivasi merek melalui *instagram msglowbeauty* terhadap keterlibatan *reseller* pada produk MS.Glow. Berdasarkan konsep dari keterlibatan pelanggan, keterlibatan *reseller* dimaknai sebagai suatu proses yang melibatkan aktivitas kognitif, emosional dan perilaku yang ditunjukkan oleh seorang *reseller* melalui interaksi dengan merek seperti pembelian, penggunaan atau penjualan kembali produk. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan metode *survei*. Teknik sampling menggunakan jenis *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden yang diidentifikasi sebagai *reseller Ms.Glow* di Jawa Timur.<sup>24</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif sedang perbedaannya terletak pada teknik analisis data yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan teknik sampling jenis *purposive sampling* penelitian sekarang menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear berganda.
6. Nur'sakdah dkk 2021 “Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui *Dropshipper* Pada Media *Ecommerce*”. Hasil dari

---

<sup>24</sup> Deby Nur Winda Sari, “Pengaruh Aktivasi Merek Melalui *Instagram Msglowbeauty* Terhadap Keterlibatan Reseller Pada Produk MS.GLOW,” *Jurnal of Psychology and Marketing* 5, no. 1 (2021): 10.

penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh sikap kognitif, afektif, dan konatif terhadap minat beli *online* melalui *dropshipper* pada media *e-commerce*. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Dengan metode *convenience sampling*, responden yang berhak mengisi kuesioner tergantung sepenuhnya kepada kemudahan penelitian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis PLS. Hasil penelitian membuktikan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat beli *online* melalui *dropshipper*.<sup>25</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah membahas pengaruh sistem penjualan *dropshipper* secara kuantitatif dengan data diperoleh dari *kuesioner* yang diisi oleh responden, sedang perbedaannya terletak pada metode *sampling* yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan metode *convenience sampling* sedang penelitian sekarang menggunakan metode *random sampling*.

7. Ade Syahputra dkk 2022, “Perancangan Aplikasi *Dropship* Bagi Pelaku Usaha Umkm Menggunakan Metode Waterfall”. Hasil dari penelitian ini menggunakan sistem aplikasi. Penelitian ini akan membuat suatu aplikasi yang dapat digunakan untuk *dropship* sehingga para pelaku usaha dapat melakukan ekspansi usaha dengan sistem *dropship*. Aplikasi ini dibangun secara *mobile* dan dapat beroperasi dalam *smartphone* yang berbasis android. Aplikasi ini dibangun menggunakan metode *waterfall* sehingga

---

<sup>25</sup> Nur'sakdah dkk, “Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli *Online* Melalui *Dropshipper* Pada Media *E-Commerce*,” *Jurnal Magister Manajemen* 10, no. 3 (2021): 175.

jadi suatu aplikasi yang tepat guna. Aplikasi ini diharapkan dapat membantu para pengusaha UMKM dalam membuat sistem *dropship* bagi ekspansi bisnisnya.<sup>26</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah membahas pengaruh sistem penjualan *dropshipper* dengan jenis penelitian kuantitatif sedang perbedaannya terletak pada teknik analisis data yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear sederhana sedang penelitian sekarang menggunakan teknik analisis data dengan metode *waterfall* yang juga menghasilkan aplikasi yang bias digunakan oleh pelaku UMKM.

8. Dina Agustina dkk 2022, “Analisis Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Sistem *Dropshipping* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pelaku Usaha di Kota Tasikmalaya)”. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh sikap, pengetahuan, dan pengalaman terhadap persepsi pelaku usaha jual *online* sistem *dropshipping*. Hasil dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jenis data primer yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran *kuesioner* dengan sampel yang diambil yaitu 35 responden pelaku usaha *online* yang ada di Kota Tasikmalaya.<sup>27</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah metode pengumpulan data sama-sama menggunakan

---

<sup>26</sup> Ade Syahputra dkk, “Perancangan Aplikasi Dropship Bagi Pelaku Usaha Umkm Menggunakan Metode Waterfall,” *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi* 4, no. 1 (2022): 22.

<sup>27</sup> Dani Agustina dkk, “Analisis Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Sistem *Dropshipping* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pelaku Usaha di Kota Tasikmalaya),” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 204.

kuesioner. Perbedaannya terletak pada jumlah responden dan objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan 35 responden pelaku UMKM sedangkan penelitian sekarang menggunakan 100 responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Ahmad Siddiq Jember.

9. Reni Riswati 2022 “Pengaruh *Giveaway*, *Price Discount*, dan *Reseller* terhadap Peningkatan Penjualan Ms.Glow Mabella, Kisaran”. Hasil dari penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling aksidental*, teknik pengumpulan data dengan menyebarkan *kuesioner* sebagai data primer dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil yang diperoleh dapat dijabarkan bahwa *variabel giveaway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan, *variabel price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan, *variabel reseller* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.<sup>28</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah membahas pengaruh sistem penjualan *reseller* dengan jenis penelitian kuantitatif sedang perbedaannya terletak pada penelitian ini membahas antara sistem penjualan *dropsip* dan *reseller*

---

<sup>28</sup> Reni Riswati, “Pengaruh *Giveaway*, *Price Discount*, dan *Reseller* Terhadap Peningkatan Penjualan Ms.Glow Mabella, Kisaran,” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 595.



terhadap minat bisnis sedangkan penelitian terdahulu pengaruh giveaway, price discount, dan *reseller* terhadap peningkatan penjualan.

10. Rina Irawati 2022 “Pengambilan Keputusan *Reseller Frozen Food* Sebagai Pilihan Berwirausaha Di Masa Pandemi”. Hasil dari penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara lingkungan *internal* dan *eksternal* secara parsial terhadap keputusan berwirausaha menjadi *reseller frozen food* di masa pandemi. Sampel penelitian sejumlah 44 orang dengan *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin. Seluruh penelitian telah teruji valid dan *reliabel*, serta sudah memenuhi kriteria uji asumsi klasik. Uji hipotesis membuktikan bahwa lingkungan internal dan eksternal berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha sebagai *reseller frozen food*.<sup>29</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini, persamaannya adalah membahas pengaruh sistem penjualan *reseller* dengan jenis penelitian kuantitatif sedang perbedaannya terletak pada penelitian ini membahas sampel random sampling berjumlah 100 Mahasiswa yang memiliki minat bisnis online. sampel yang diperlukan dengan menggunakan rumus Slovin pada Sevilla, sedangkan penelitian terdahulu sampel penelitian sejumlah 44 orang dengan *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin.

---

<sup>29</sup> Rina Irawati, “Pengambilan Keputusan *Reseller Frozen Food* Sebagai Pilihan Berwirausaha Di Masa Pandemi,” *Jurnal of Management Studies* 16, no. 2 (2022): 130.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	Nur Hasanah (2019)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu membahas <i>dropshipper</i> dan <i>reseller</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif.
2	Fauziah A.Syaid (2019)	Membahas analisa sistem penjualan <i>dropshipper</i> dan <i>reseller</i> , subjek sistem <i>dropshipping</i> dalam penjualan <i>online</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif kualitatif.
3	Muhammad Reza Palevy (2020)	Persamaan pada penelitian ini membahas <i>dropshipper</i> dan <i>reseller</i> dengan penelitian terdahulu sistem jual beli <i>dropshipping</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif kualitatif.
4	Stanley Paransa (2020)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Penelitian ini membahas Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teknik analisa data menggunakan analisa regresi linear sederhana.
5	Deby Nur Winda Sari (2021)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Penelitian ini membahas Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sedangkan penelitian terdahulu teknik sampling menggunakan jenis <i>purposive</i> sampling dengan jumlah 100 responden yang diidentifikasi sebagai <i>reseller</i> MS.Glow di Jawa Timur.

No	Penulis	Persamaan	Perbedaan
6	Nurs akdah (2021)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu membahas tentang metode yang digunakan untuk responden sama-sama menggunakan kuesioner	Penelitian ini menggunakan metode sampel random sampling sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode <i>convenience</i> sampling
7	Ade Syahputra dkk (2022)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu membahas <i>dropshipper</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode Waterfall sehingga jadi suatu aplikasi yang tepat guna. Aplikasi ini diharapkan dapat membantu para pengusaha UMKM
8	Dina Agustina dkk (2022)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu membahas tentang metode yang digunakan untuk responden sama-sama menggunakan kuesioner	Penelitian ini membahas sampel random sampling berjumlah 100 Mahasiswa yang memiliki minat bisnis online. sampel yang diperlukan dengan menggunakan rumus Slovin pada Sevilla sedangkan penelitian terdahulu penelitian sampel yang diambil yaitu 35 responden pelaku usaha <i>online</i> yang ada di Kota Tasikmalaya.
9	Reni Riswati (2022)	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Penelitian ini membahas antara sistem penjualan <i>dropsip</i> dan <i>reseller</i> terhadap minat bisnis sedangkan penelitian terdahulu pengaruh giveaway, price discount, dan <i>reseller</i> terhadap peningkatan penjualan.
10	Rina Irawati	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Penelitian ini membahas sampel random sampling berjumlah 100 Mahasiswa yang memiliki minat bisnis online. sampel yang diperlukan dengan menggunakan rumus Slovin pada Sevilla, sedangkan  penelitian terdahulu sampel penelitian sejumlah 44 orang

No	Penulis	Persamaan	Perbedaan
			dengan <i>simple random sampling</i> menggunakan rumus Slovin.

Sumber: Data Penelitian Terdahulu

## B. Kajian Teori

### 1. Sistem Penjualan

Sistem merupakan suatu jaringan yang berasal dari berbagai bagian atau komponen penting yang saling berkaitan di mana digunakan untuk melakukan suatu kegiatan. Sistem merupakan sebuah komponen yang saling berhubungan dalam satu sistem jaringan dalam melaksanakan suatu wacana yang dapat digunakan perusahaan dalam mencapai target atau tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan penjualan merupakan suatu bentuk upaya yang tersusun secara terpadu yang digunakan dalam mengembangkan rencana yang telah disusun secara strategis dimana bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen sehingga mampu mencapai penjualan menguntungkan. Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan, karena dengan penjualan maka perusahaan.<sup>30</sup>

#### a. Jenis Penjualan

- 1) *Trade Selling* adalah suatu jenis penjualan yang dilakukan oleh wiraniaga kepada grosir-grosir, dengan tujuan untuk dijual kembali.

<sup>30</sup> Ovin Livian Bela, Amin Sadiqin, "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Pada Apotek," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial* 2, no. 4 (2022): 58.

- 2) *Technical selling* adalah berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli atau konsumen akhir (pembeli atau konsumen) dari barang dan jasanya. Dalam hal yang satu ini wirausaha tersebut memiliki tugas utama untuk mengidentifikasi dan juga menganalisis berbagai permasalahan yang dihadapi para pembeli lalu kemudian serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah si pembeli atau konsumen.
- 3) *Missionary Selling* adalah dalam hal yang satu ini wirausaha berusaha meningkatkan penjualan serta dengan mendorong pembeli yang tentunya untuk membeli produk atau jasa dari penyalur perusahaan, dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan mempunyai penyalur tersendiri dalam pendistribusian produk atau jasanya.
- 4) *New Business Selling* adalah berusaha membuka transaksi-transaksi baru dengan cara mengubah calon konsumen menjadi konsumen.

b. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan

penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Kesimpulan bahwa volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.<sup>31</sup>

#### c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan yaitu:

- 1) Harga jual

Harga jual adalah apa yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi jasa dan produk dengan membayar sejumlah uang yang menjadi patokan. Penetapan harga memiliki tujuan sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> Lilis Cucu Sumartini dkk, "Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja," *Jurnal E-BIS* 3, no. 2 (2019): 113.

- a) Tujuan penetapan harga suatu produk adalah untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh pendapatan dan untuk memperoleh tujuan investasi dengan persentase keuntungan yang telah ditentukan produksi oleh perusahaan. Untuk menjaga kestabilan harga suatu produk.
- b) Penetapan harga harus dilakukan untuk mencegah persaingan dari perusahaan lain dengan produk yang hampir identik.
- c) Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk membawa produk ke pasar sehingga dapat dipertahankan di pasar.
- d) Perusahaan menetapkan harga untuk menentukan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat memproduksi barang untuk dijual.

Faktor harga jual sangat penting dan mempengaruhi penjualan barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah konsumen sasaran memiliki akses ke barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.

## 2) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi, dan hampir semuanya, termasuk produksi, adalah asli dan dapat dilihat sehingga datanya memenuhi keinginan atau kebutuhan dari pengertian tersebut. Jenis - jenis produk dapat dibedakan menjadi dua jenis.

a) Produk konsumsi (*consumer products*)

Barang konsumsi adalah barang yang digunakan oleh pengguna akhir atau rumah tangga dengan maksud untuk tidak diperdagangkan atau dijual kembali.

b) Produk industri (*business product*)

Produk industri merupakan produk yang banyak digunakan dalam program pengembangan pemasaran. Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, tergantung pada tingkat kebutuhan konsumen.

3) Biaya promosi

Promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan. Hal-hal yang biasanya menggunakan biaya promosi yaitu:

- a) Biaya periklanan di media elektronik, media cetak dan atau media lainnya.
- b) Biaya pameran produk.
- c) Biaya pengenalan produk baru.



d) Biaya *sponsorship* yang berkaitan dengan promosi produk.

Biaya promosi secara langsung dapat mempengaruhi jumlah penjualan yang diterima perusahaan. Semakin tinggi biaya iklan yang dikeluarkan perusahaan, maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima perusahaan.

#### 4) Mutu atau Kualitas

Kualitas adalah tingkat baik buruknya, dan kualitas juga dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan. Oleh karena itu, kualitas adalah ukuran relatif dari kebaikan operasional. Produk berkualitas tinggi memenuhi harapan pelanggan. Mutu Produk adalah salah satu faktor yg mempengaruhi volume penjualan dengan kualitas yang baik, konsumen tetap loyal terhadap produk perusahaan, dan jika kualitas produk yang ditawarkan kurang baik maka konsumen beralih ke produk lain.<sup>32</sup>

## 2. *E-commerce*

Menurut Candra Ahmad Perdagangan elektronik atau e-dagang (bahasa inggris: *Electronic Commerce* atau *E-Commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *world wide web*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

<sup>32</sup> Edy Prasetyo dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Dan Peramalan Volume Penjualan Kopi Di Perkebunan Nusantara IX," *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 2, no. 3 (2019): 7.

a. Berikut beberapa jenis-jenis *E-Commerce*:

1) Bisnis ke bisnis (*Bussines to Bussines*)

Bisnis ke bisnis menggambarkan transaksi perdagangan antara perusahaan, seperti antara produsen dan grosir, atau antara grosir dan pengecer. Hal yang kontras adalah bisnis ke pelanggan dan bisnis ke pemerintah.

2) Bisnis ke konsumen (*Business to Customer*)

Bisnis ke konsumen adalah kegiatan bisnis dalam pelayanan secara langsung kepada konsumen melalui barang atau jasa. Dengan penjualan langsung di internet dan pemesanan dapat langsung di lakukan oleh konsumen karena biaya sudah tercantum.

3) Konsumen ke konsumen (*Costumer to Costumer*)

Konsumen ke konsumen adalah model *E-Commerce* yang menjamur di Indonesia saat ini. Contohnya iklan baris dan toko-toko buku *online* dadakan (dimiliki oleh individu yang umumnya memanfaatkan layanan blog gratis seperti blogspot). Konsumen ke konsumen terjadi seorang individu melakukan penjualan produk/jasa langsung kepada individu lainnya.

4) Konsumen ke bisnis (*costumer to bussines*)

Konsumen ke bisnis adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Bentuk lain dari konsumen ke bisnis adalah perdagangan elektronik model bisnis, di mana konsumen dapat menawarkan

produk dan layanan untuk perusahaan dan perusahaan membayar mereka.<sup>33</sup>

b. Manfaat *E-Commerce*

1) Berikut ada beberapa manfaat *e-commerce*/toko *online* bagi pemilik usaha yaitu:

a) Penjualan Global Dengan

Adanya *E-commerce* memungkinkan sebuah perusahaan atau pemilik usaha untuk dapat menjual produk yang mereka buat kepada konsumen yang lebih banyak dikarenakan sifat dari *web* itu sendiri. Dengan kata lain, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas. Contoh: perusahaan sepatu yang ada di Amerika ataupun Australia dapat menjual produknya di Indonesia tanpa harus membuka toko baru di Indonesia.

b) Pengurangan Infrastruktur Perusahaan

Dengan adanya *e-commerce*, perusahaan atau pemilik usaha tidak perlu membuka banyak cabang penjualan ataupun distribusi (akan tetapi dalam beberapa kasus, banyak *e-commerce* yang tetap membuka gudang penyimpanan ataupun produksi di berbagai negara untuk mempermudah konsumen dalam shipping barang).

---

<sup>33</sup> Hanif Nurman Arief, Jaka Suwita, "Analisa Dan Perancangan sistem Informasi *E-Commerce* Untuk kalangan UMKM (Bengkel Motor)," *Jurnal Mahasiswa Jurusan Informatika STMIK Insan pembangunan* 1, no. 2 (2019): 5.

c) Pengurangan Biaya Perusahaan/ Meningkatkan Keuntungan Bersih

Dengan adanya *e-commerce*, pemilik usaha atau perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebih dalam menyediakan banyak toko atau gedung serta pegawai yang banyak. Hal ini akan meningkatkan keuntungan dengan menurunkan biaya operasional perusahaan.

d) Pengurangan Harga Produk

Dengan adanya *e-commerce*, harga barang dapat ditekan semurah mungkin dikarenakan akumulasi dari beberapa manfaat diatas, sehingga konsumen lebih tertarik membeli dan jangkauan juga semakin luas dari berbagai lapisan masyarakat.<sup>34</sup>

c. Kelebihan dan Kekurangan *E-Commerce*

Berikut ini adalah kelebihan *e-commerce* yang bisa dijadikan sebagai sebuah peluang yang menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:

1) Kelebihan *E-Commerce*

a) Meningkatkan Transaksi Antar Wilayah

Salah satu kelebihan dari penggunaan *e-commerce* adalah bisa meningkatkan transaksi antar wilayah. Dengan kelebihan dan kekurangan *e-business model* ini, proses jual beli yang dulu

<sup>34</sup> Elfizon dkk, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga Melalui Penerapan *E-Commerce* Di Kenagarian VII Koto Talago Kecamatan Guguak Kabupaten 50 Kota," *Jurnal Teknik Elektro Dan Vokasional* 6, no. 2 (2020): 242.

hanya bisa dilakukan untuk lingkungan dekat, kini dapat dilakukan secara lebih luas. Hal ini karena transaksi jual beli dilakukan secara *online* sehingga tidak memiliki batasan waktu dan jarak.

b) Meningkatkan *Market Expose*

Transaksi jual beli melalui *e-commerce* ini bisa dilakukan dari mana saja tanpa adanya batasan wilayah. Secara tidak langsung, kelebihan dan kekurangan *e-commerce* menurut para ahli mampu meningkatkan *exposure* dari toko tersebut sehingga akan lebih dikenal oleh konsumen luas.

c) Tidak Membutuhkan Toko Fisik

Berjualan di *e-commerce* tidak mengharuskan pemilik bisnis memiliki toko fisik. Hal tersebut karena semua transaksi dilakukan secara *online* dimana penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung. Hanya perlu *upload* foto produk yang dijual melalui *platform e-commerce* dan konsumen bisa melihat dan langsung membeli jika tertarik.

Pengelolaan Usaha Lebih Mudah Satu lagi kelebihan *e-commerce* adalah memudahkan dalam pengelolaan usaha tidak perlu pusing tentang bagaimana proses transaksi dan pengiriman barang karena semua sudah disediakan oleh *platform e-commerce*. Selain itu, ada banyak pilihan

pembayaran yang disediakan mulai dari *transfer bank* hingga menggunakan fasilitas uang elektronik.<sup>35</sup>

## 2) Kekurangan E-Commerce

Selain memiliki kelebihan, *e-commerce* juga memiliki kekurangan yang perlu diwaspadai. Berikut ini kekurangan *e-commerce* yaitu:

### a) Masalah Keamanan

Salah satu kekurangan terbesar dari penggunaan apa itu *e-commerce* dan contohnya adalah berkaitan dengan masalah keamanan. Dalam transaksi melalui *e-commerce* masih sering terjadi penipuan dan transaksi palsu yang bisa merugikan konsumen.

### b) Ketidaksesuaian Produk

Kekurangan lainnya saat melakukan transaksi jual beli secara *online* adalah barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan. Untuk menghindari risiko ini, penting bagi konsumen untuk memilih toko *online* terpercaya agar pesanan yang diterima dari kelebihan dan kekurangan *electronic markets* (ems) sesuai dengan yang diinginkan.

### c) Kerugian Tidak Terduga

Meski menawarkan keuntungan bisnis yang cukup menggiurkan, akan tetapi berjualan melalui *platform e-*

---

<sup>35</sup> Agung Wijoyo dkk, "Peran Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perkembangan *E-Commerce* Dalam Pengambilan Keputusan Bagi Usaha UMKM," *Jurnal Teknologi, Bisnis dan Pendidikan* 1, no. 2 (2023): 6.

*commerce* juga memiliki risiko mendatangkan kerugian tidak terduga. Hal ini bisa terjadi jika ada salah satu penjual yang melakukan penipuan sehingga membuat nama seluruh toko di *platform e-commerce* menjadi buruk di mata konsumen. Inilah perbedaan *e-commerce* dan *e-business* yang bisa mendatangkan kerugian tidak terduga.<sup>36</sup>

### 3. *Dropshipper*

*Dropshipper* adalah metode perdagangan yang dapat dilakukan oleh individu atau entitas bisnis (termasuk pengecer) tanpa perlu menyimpan stok barang. Ini dicapai melalui kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang fisik (*supplier*). *Dropshipper* barang tidak disimpan oleh pengecer, tetapi dikirimkan langsung oleh *supplier* kepada pembeli akhir.

*Dropshipper* merupakan usaha penjualan produk tanpa harus memiliki stok barang. Dalam transaksi ini, terlibat tiga pihak, yaitu *dropshipper* (pemilik barang), Penjual, dan Pembeli. Perlu dicatat bahwa istilah "*dropshipper*" perlu diperjelas. Lebih tepatnya, *dropshipper* adalah individu atau entitas yang memiliki barang, seperti produsen, toko, atau agen, sedangkan yang menawarkan barang kepada konsumen adalah penjual.

*Sistem dropship* memungkinkan penjual untuk berjualan tanpa harus khawatir tentang penyimpanan stok barang dan pengiriman. Peran

---

<sup>36</sup> Agung Wijoyo dkk, 6.

penjual dalam sistem ini adalah sebagai pemasar yang mencari pembeli. Pengiriman barang dilakukan oleh *distributor* atas nama penjual, dengan pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu sesuai dengan harga yang telah disepakati.

Proses jual beli dengan sistem *dropshipper* dimulai dengan langkah pertama, yaitu ketika pembeli melakukan pemesanan barang dan *melakukan* pembayaran kepada penjual. Kemudian, penjual memberikan pemberitahuan kepada *dropshipper* bahwa ada pesanan yang perlu dipenuhi. Penjual juga melakukan pembayaran kepada *dropshipper* dengan jumlah yang telah dikurangi laba yang akan diperoleh oleh penjual dari transaksi ini. Selanjutnya, tugas *dropshipper* adalah mengirimkan produk yang dipesan oleh pembeli, dengan mencantumkan alamat penjual sebagai pengirim.<sup>37</sup>

Jika dibandingkan dengan bisnis-bisnis lainnya, bisnis *dropshipper* memiliki sejumlah keuntungan yang signifikan, di antaranya:

- 1) Tidak perlu mengeluarkan modal besar untuk membeli produk terlebih dahulu. Penjual hanya perlu membayar produsen atau *grosir (supplier)* setelah ada pembeli yang membayar, dengan mengambil bagian keuntungan mereka.
- 2) Tidak perlu menyediakan tempat penyimpanan atau gudang untuk barang-barang.

---

<sup>37</sup> Muhammad Anugrah dkk, "Sistem Bisnis *Dropship* Dalam Perspektif Hukum Agama Islam," *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2023): 4.



- 3) Tidak perlu khawatir tentang penumpukan *stok* barang yang tidak laku atau rusak karena penyimpanan yang lama.
- 4) Tidak perlu repot dalam proses pengemasan dan pengiriman barang kepada konsumen, karena hal tersebut menjadi tanggung jawab *supplier*.
- 5) Biaya operasional rendah, karena tidak diperlukan pembayaran gaji karyawan, biaya kemasan, transportasi, dan sebagainya. Biaya yang diperlukan hanyalah biaya pulsa atau biaya akses internet.
- 6) Tidak perlu menghabiskan waktu dan usaha untuk membuat promosi produk, karena pihak penyedia *dropshipper* telah menyediakan katalog atau foto produk untuk digunakan dalam promosi.
- 7) Semua urusan terkait produksi, pengemasan, dan pengiriman barang dilakukan oleh produsen atau *grosir*, sehingga bisnis ini tidak memakan banyak waktu.
- 8) Tidak perlu menyewa toko fisik, karena bisnis ini dapat dijalankan dari rumah.
- 9) Transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, karena sebagian besar *produsen* atau *grosir* memiliki toko *online* yang buka 24 jam.
- 10) Potensi penghasilan besar, karena penjual dapat menentukan sendiri persentase keuntungan.
- 11) Memulai bisnis ini tidak memerlukan persiapan yang rumit seperti membuka toko fisik sendiri.

Meskipun memiliki banyak keuntungan, sistem *dropshipper* juga memiliki beberapa kekurangan, antara lain:

- 1) Margin laba cenderung tidak terlalu besar
- 2) Resiko persaingan yang tinggi dengan *reseller* lain
- 3) Kesulitan dalam memantau stok barang
- 4) Tantangan dalam menangani keluhan atau komplain dari konsumen.<sup>38</sup>

#### 4. *Reseller*

*Reseller* merupakan sebuah penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang miliknya). Sehingga *reseller* sendiri mampu membantu memasarkan penjualan dari penjual lain. Sistem yang diterapkan *reseller* dalam ilmu manajemen termasuk sebagai strategi distribusi tak langsung (*indirect*). Distribusi tak langsung sendiri memiliki pengertian penyaluran atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara yang dilakukan oleh *agen*, atau *reseller*.

*Reseller* pun memiliki keunggulan tersendiri dari pada agen atau makelar, kelebihanannya adalah *reseller* tidak mendapat upah dari produsen secara langsung melainkan mereka mendapat upah melalui harga khusus yang diterapkan untuk *reseller* sehingga *reseller* akan mendapat upah dari harga yang kurang dari harga yang dipasarkan produsen. Kemudian produsen atau pihak *reseller* sama-sama mengalami keuntungan meski tidak ada ikatan resmi yang terjalin dari kedua belah pihak. Pada dasarnya

---

<sup>38</sup> Muhammad Anugrah dkk, 4.

*reseller* diatur dengan kebijakan pelaku usaha utama atau dengan kesepakatan perjanjian yang telah dibuat dan disepakati.

a. Macam-Macam Model Sistem *Reseller*

1) Model Bagi Hasil

Model bagi hasil untung maupun rugi dan melalui penambahan harga sesuai dengan penjualan barang atas yang dijual dan bertanggung jawab atas produk-produk yang diterima konsumen dan menangani kemungkinan komplek dari produk apabila ada cacat.

2) Model Jaminan

Model jaminan ini menggunakan jaminan uang untuk menjadi *reseller*. Model memungkinkan pengelola dan pelaku bisnis tidak mau dirugikan oleh *reseller*. Biasanya *reseller* memberikan uang DP (uang muka) yang telah ditentukan kepada pengelola/pelaku bisnis sehingga jika terjadi kecurangan oleh *reseller* maka pengelola tidak dirugikan sepenuhnya. Peneliti menyimpulkan bahwa model jaminan dilakukan dengan memberikan uang muka yang bertujuan mengurangi terjadinya kecurangan.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Faricha Lita Nabbila, "Konsep Jual Beli Berbasis *Online* Dalam Tinjauan Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (2023): 8.

b. Kelebihan dan Kekurangan *Reseller*

1) Kelebihan *Reseller*

- a) Keuntungan menjadi *reseller* tidak direpotkan dengan *stok* barang
- b) Waktu kerja *fleksibel*
- c) Tidak dipusingkan dengan komplain *produk* oleh *customer*
- d) Tidak direpotkan manajemen *website* atau barang
- e) Tidak direpotkan biaya *produksi*
- f) Tidak direpotkan proses pembuatan *produk*.

2) Kekurangan *reseller*

- a) Harga *produk* tidak bisa dibuat oleh *reseller*
- b) *Produk* bukan milik *reseller* sepenuhnya karena *reseller* hanya sebatas penjual
- c) Transaksi penjualan dan keuntungan ditangani langsung oleh pihak pengelola

Dengan model penjualan *reseller* menjadi daya tarik bagi mahasiswa untuk mencoba mencari pendapatan tambahan melalui sistem penjualan *reseller*. Keuntungan yang di dapatkan oleh *reseller* ini sangat banyak dan lebih *efisien* di dalam segi biaya, tenaga, dan waktu.<sup>40</sup>

5. Minat Bisnis

Minat merupakan perasaan kemauan dari hati seseorang dalam mengerjakan atau melaksanakan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan

<sup>40</sup> Chandra Hendriyani dkk, "Analisis Program Kemitraan Dalam Meningkatkan *Reseller* Engagement Evermos," *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis* 7, no. 1 (2023): 4.

tanpa ada paksaan dari orang lain. Minat Bisnis adalah perasaan tertarik terhadap suatu aktivitas bisnis yang menciptakan sebuah usaha yang dapat memberi manfaat untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar.<sup>41</sup> Oleh karena itu mahasiswa berminat untuk memulai bisnis dengan sistem penjualan *reseller*. Ada beberapa yang harus dipelajari terlebih dahulu atau harus memahami tentang kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi *shopee* bisnis online yaitu:

a. Pra Kegiatan

Kegiatan dimulai dengan melakukan persiapan diskusi dengan pemateri, pembuatan dan penyebaran *Flyer* untuk dengan tema pelatihan penggunaan aplikasi *Shopee* dan menyebarkannya melalui media sosial *Instagram*. Pembuatan formulir *Google* untuk menjangkau peserta dan pembuatan E-Sertifikat untuk peserta yang mengikuti kegiatan secara *online* hingga tuntas dan membuat *Grup Whatsapp* agar memudahkan pemberian informasi terkait kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi.

b. Kegiatan

Kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi *Shopee* ini dilaksanakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan pelatihan online melalui Webinar dan praktik atau bimbingan teknis. Untuk penyebaran pelaksanaan kegiatan ini tetap dapat berjalan optimal walaupun dengan menggunakan sistem dalam jaringan secara *online*.

---

<sup>41</sup> Rahmat Jumadi, "Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis," *Journal of Islamic Economics and Banking* 3, no. 2 (2022): 6.

Kegiatan pelatihan online ini dilaksanakan kurang lebih dalam waktu 2 jam.

c. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilaksanakan setelah pelatihan selesai, dengan memberikan pertanyaan berupa wawancara. Pada sesi monitoring ini peserta diminta untuk menyampaikan kembali apabila terdapat kesulitan dalam pendaftaran dan pengelolaan akun *shopee* yang telah dibuat saat pelatihan guna mengukur pemahaman peserta. Selanjutnya tim panitia akan *mereview* hasil evaluasi sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan yang akan diadakan pada lain kesempatan mendatang.<sup>42</sup>

Minat berwirausaha seseorang dapat dilihat dari dua indikator utama yaitu:

1. Seberapa kuat upaya seseorang untuk berani mencoba melakukan aktivitas kewirausahaan.
2. seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan (seperti aktivitas dalam mengelola waktu dan keuangan untuk tujuan berwirausaha).

Untuk mendorong tumbuhnya minat terhadap kegiatan dunia usaha yaitu dengan cara mengenali potensi yang ada pada diri akan membantu langkah kita untuk menjalankan usaha menjadi lebih baik lagi. Dalam kondisi perekonomian yang tidak stabil, terjadi krisis yang

---

<sup>42</sup> Ana Noor Andriana dkk, "Pelatihan Penggunaan Aplikasi *Shopee* Untuk Meningkatkan Minat Berbisnis Secara *Online*," *Jurnal Masyarakat Mandiri* 5, no. 6 (2021): 3-4.

berkepanjangan, semakin sedikitnya lowongan dan lapangan pekerjaan. Dengan adanya hal tersebut dapat diupayakan untuk tumbuhnya minat wirausaha masyarakat, terlebih adanya ajakan dan dorongan untuk melakukan kegiatan mandiri dalam bentuk wirausaha. Melalui kegiatan wirausaha akan menciptakan daya tarik tersendiri bagi pemiliknya, daya tarik itu berupa keuntungan milik pribadi, kebebasan melakukan usaha, dan punya kepuasan tersendiri atas prestasi atau hasil yang diperoleh dari usaha sendiri.<sup>43</sup>



---

<sup>43</sup> Sugeng Eswanto R, dkk, "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa" *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 20, no.03 (2018): 206-207.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menumbuhkan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, yaitu menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data. Dengan data penelitian diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>44</sup> Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari hingga bulan Juni. Adapun sasaran dari penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam

---

<sup>44</sup> Edy Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2020), 25.



Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini memilih Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dikarenakan berdasarkan sumber data mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah tersebut termasuk dalam jumlah Mahasiswa terbanyak di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta termasuk dalam bisnis *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, dan merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi tidak hanya sekedar orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek.<sup>45</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dari angkatan 2019 hingga 2022. Adapun jumlah populasi dalam penelitian terdapat empat angkatan berjumlah 961 mahasiswa. Agar lebih terperinci maka dapat dilihat pada tabel 3.1 yaitu:

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2018), 130.

Tabel 3.1

**Populasi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai  
Haji Achmad Siddiq Jember dari angkatan 2019/2022**

No	Angkatan	Jumlah
1	2019	365
2	2020	181
3	2021	200
4	2022	215
<b>Jumlah seluruh angkatan</b>		<b>961</b>

Sumber: Wiwik Nurcahyani, diwawancara oleh Penulis, Jember, 16 Juni 2023

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan sistem *sampel random* sampling berjumlah 20 Mahasiswa yang memiliki minat bisnis *online*. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 961 mahasiswa, dari jumlah tersebut selanjutnya dicari jumlah sampel yang diperlukan dengan menggunakan Pada penelitian ini peneliti dalam menentukan sampel

menggunakan rumus slovin. Rumus perhitungan slovin yaitu sebagai berikut:<sup>46</sup>

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$e$  : Batas kesalahan / Tingkat kesalahan  $0,05 (5\%)^2$

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 961 mahasiswa, sehingga presentase kesalahan yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{961}{1 + 961 (5\%)^2}$$

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDIQ  
JEMBER

$$n = \frac{961}{1 + 961(0,5)^2}$$

$$n = \frac{961}{1 + 961 (0,05)}$$

$$n = \frac{961}{49,05}$$

$$n = 19,59$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang responden dalam penelitian ini sebanyak 19,59 dan kemudian di bulatkan menjadi 20

<sup>46</sup> Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 12.

responden dari seluruh total Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tahun 2019-2022.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan valid untuk dasar keberhasilan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Kuisisioner atau Angket

Kuesioner (angket) ialah suatu cara yang digunakan untuk pengumpulan data oleh peneliti dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada objek atau responden untuk di jawabnya.

#### 2. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran angket atau kuisisioner secara *online* dengan menggunakan *google* formulir yang disebarakan secara luas kepada mahasiswa fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Untuk instrumen penelitian penulis menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuisisioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan

tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam skala likert ini terdiri dari 5 pilihan skala yang mempunyai gradasi dari Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Kelima pilihan tersebut dapat dilihat pada table berikut:<sup>47</sup>

**Table 3.2**  
**Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert**

Pernyataan	Skor untuk penilaian
Sangat tidak setuju ( STS )	1
Tidak Setuju ( TS )	2
Netral ( N )	3
Setuju ( S )	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Dokumentasi penulis, 2023.

#### D. Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis dikalangan mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Regresi linier berganda adalah untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen.

<sup>47</sup> Taluke Dryon dkk, "Analisis Preferensi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat" *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* 6, no.2 (2019): 534.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan berdasarkan variabel dari seluruh responden, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>48</sup> Jenis data yang dikumpulkan sangat berpengaruh terhadap pemilihan jenis analisis data dengan tetap berorientasi pada tujuan dan hipotesis yang hendak diuji.

#### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dan menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Analisis deskriptif meliputi jumlah sampel nilai minimum dan nilai maksimum. statistik untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap subjek yang diteliti melalui data (sampel atau populasi) sebagaimana adanya.

Tujuan dari statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan data hasil kuisioner tentang Pengaruh Sistem Penjualan *Dropshipper* dan *Reseller* Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

---

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)* (Jakarta: Rajawali, 2009), 206.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner atau angket. Ikatan valid jika pertanyaan pada suatu kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Didalam uji validitas data untuk meningkatkan bobot kebenaran data yang sedang teliti diperlukan alat ukur yang memiliki tingkat akurasi yang baik terutama pada saat digunakan. Karena alat ukur yang memiliki validitas yang tinggi akan meminimalisir tingkat kesalahan, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang memadai.

### b. Uji Realibilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reabilitas di definisikan sebagai tingkat sejauh mana skor tes konsisten, dapat dipercaya, dan dapat di ulang. Jika dilakukan pengukuran terhadap objek yang sama tetapi dalam waktu berbeda, alat ukur yang reliabel akan menghasilkan skor yang sama. Reliabilitas tidak mempersoalkan apa yang diukur, melainkan keakuratan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Edy Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2020), 291.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan untuk menentukan baik tidaknya model suatu regresi linier berganda. Atau dapat dikatakan jika uji ini merupakan syarat suatu statistik. Sehingga untuk melanjutkan pada uji statistik, data harus di uji asumsi klasik terlebih dahulu, adapun uji asumsi klasik meliputi:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>50</sup> Dalam penelitian ini normalitas menggunakan P-P Plot. Apabila P-P Plot memiliki titik-titik yang berada disekitar garis lurus, maka dapat diasumsikan bahwa data memiliki distribusi populasi yang normal, sedangkan jika terjadi sebaliknya maka data memiliki distribusi tidak normal. Adapun distribusi data dapat dikatakan normal apabila  $\text{Sig} > 0,05$ .

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Multikolinieritas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, CV. 2018), 239.



model regresi saling berkorelasi linier. Untuk menguji ada tidaknya gejala dari multikolinieritas maka dapat digunakan nilai variance inflation factor (VIF) dan tolerance (TOL). TOL  $>0,01$  dan nilai VIF 10 maka ada gejala multikolinieritas.<sup>51</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menguji ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat *scatter plot*. Jika pada *scatter plot* memiliki titik-titik yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika membentuk pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel

---

<sup>51</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 107.

independennya minimal dua.<sup>52</sup> Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel dependen terhadap variabel independen, maka disini akan digunakan bantuan SPSS 25.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Statistik t (Parsial)

Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana. Output dari uji ini berupa uji t. Uji t (Parsial) adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri (parsial) dapat mempengaruhi variabel terikat. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95.

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi  $\leq 5\%$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- 2) Jika tingkat signifikansi  $\geq 5\%$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

### b. Uji Statistik F (Simultan)

Uji F atau uji koefisien secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan  $H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots \neq \beta_2 \neq 0$  berarti secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, CV. 2018), 275.

independen *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis.  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_2 = 0$  berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis. Menentukan taraf signifikansi menggunakan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 karena tingkat signifikansi itu yang umum digunakan pada penelitian dan dianggap cukup tepat mewakili hubungan antar variabel yang teliti. Dengan ketentuan:

- 1) Jika tingkat signifikansi  $\leq 5\%$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- 2) Jika tingkat signifikansi  $\geq 5\%$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) terletak pada model summary dan tertulis R square, jika nilai  $R^2$  kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai Koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi juga mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.<sup>53</sup>

Nilai koefisien determinasi:

$$0 < R^2 < 1$$

Dasar pengambilan keputusan:

<sup>53</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19* (Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

- 1) Nilai  $R^2$  mendekati 0, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas.
- 2) Nilai ( $R^2$ ) mendekati 1, berarti variabel-variabel independenya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

##### **1. Profil Singkat Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan perguruan tinggi yang dibangun berdasarkan gagasan dan keinginan umat Islam untuk membentuk kader intelektual Muslim dan pemimpin yang mampu mengawal perkembangan kualitas kehidupan bangsa. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddig Jember pada tahun 2021 ini mengelola Program Sarjana Strata Satu (S1) dengan 5 fakultas, yaitu: (1) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (2) Fakultas Syariah, (3) Fakultas Dakwah, (4) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan (5) Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas baru di lingkungan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Empat program penelitian yaitu Perbankan Syariah (PS), Ekonomi Islam (ES), Akuntansi Syariah (AKS) dan Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW). Sebelum berubah status menjadi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddig Jember, Program Studi Perbankan Syariah (PS) dan Ekonomi Syariah (ES) sudah lebih dulu berdiri di bawah naungan Departemen Agama ketika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belum

terbentuk. Pada tahun 2013, Program Studi (ES) Ekonomi Islam diresmikan berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Departemen Lembaga Keagamaan Islam No.2862/2012. Berbekal izin yang diperolehnya, pelaksanaan pendidikan di Prodi Ekonomi Islam STAIN Jember (pada waktu itu) bergantung pada proses penyelenggaraan pendidikan, ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan, serta ketersediaan sumber daya manusia, dosen, dan tenaga kependidikan. Setidaknya keadaan ini bisa dilihat dari peningkatan tiga dimensi.<sup>54</sup>

## 2. Jumlah Mahasiswa Aktif Program Studi Ekonomi Syariah

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah**

No	Angkatan	Mahasiswa
1	2019	365
2	2020	181
3	2021	200
4	2022	215
<b>Jumlah</b>		<b>961</b>

Sumber: Wiwik Nurcahyani, diwawancara oleh Penulis, Jember.

Berdasarkan tabel 4.1 Program Studi Ekonomi Syariah termasuk kedalam program studi dengan jumlah mahasiswa terbanyak diantara program studi lainnya yaitu dengan jumlah mahasiswa angkatan 2019 sebanyak 365 mahasiswa aktif, angkatan 2020 sebanyak 181 mahasiswa aktif, angkatan 2021 sebanyak 200 mahasiswa aktif, dan angkatan 2022 sebanyak 215 mahasiswa aktif.<sup>55</sup>

<sup>54</sup> <https://febi.uinkhas.ac.id/> (2023), Diakses pada 09 Juni 2023.

<sup>55</sup> Wiwik Nurcahyani, diwawancara oleh Penulis, Jember, 16 Juni 2023.

### 3. Karakteristik Responden

Hasil kuisioner yang disebar kepada 100 responden memberikan data jumlah responden berdasarkan angkatan mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember dengan deskripsi sebagai berikut yaitu:

**Tabel 4.2**  
**Data Responden**

No	Tahun Angkatan	Responden	
		F	(%)
1.	2019	56	56%
2.	2020	24	24%
3.	2021	17	17%
4.	2022	3	3%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan pada tabel 4.2 menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden terdapat 56 responden berasal dari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2019, kemudian 24 responden berasal dari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020, 17 responden berasal dari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2021, 3 responden berasal dari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2022, dan 4 responden berasal dari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah dari angkatan lainnya yaitu diatas angkatan 2019.

## B. Penyajian Data

### 1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin dan tahun angkatan Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berikut ini merupakan deskriptif reponden berdasarkan penyebaran kuessioner kepada semua Mahasiwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 sampai 2022 yang berjumlah 100 responden.

a. Uji Deskriptif Responden berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3**  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	
		F	(%)
1.	Laki-Laki	35	35%
2.	Perempuan	65	65%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa data frekuensi responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah tentang jenis kelamin menunjukkan bahwa ada 65 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan prosentase terbanyak yaitu 65% dan 35 responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah prosentase sebanyak 35%. Dengan demikian responden yang ikut serta mengisi kuesioner dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 65 dari 100 responden dan sisanya 35 responden berjenis kelamin laki-laki.

b. Uji Deskriptif Responden berdasarkan Tahun Angkatan



**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan**

No	Tahun Angkatan	Responden F	(%)
1	2019	56	56%
2	2020	24	24%
No	Tahun Angkatan	Responden F	(%)
3	2021	17	17%
4	2022	3	3%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa data frekuensi responden untuk tahun angkatan menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah berdasarkan kelompok Tahun Angkatan terdapat 56 responden dari angkatan 2019 dengan presentase 56%, 24 responden dari angkatan 2020 dengan presentase 24%, 17 responden dari angkatan 2021 dengan presentase 17%, dan 3 responden dari angkatan 2022 dengan presentase 3%.

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat ukuran suatu instrumen memiliki tingkat kevalidan. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Apabila suatu instrumen memiliki tingkat validitas yang tinggi maka data tersebut dinilai valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur sesuai yang diinginkan oleh peneliti, sedangkan apabila

nilai validitas rendah maka instrumen tersebut belum valid, instrumen tersebut kurang mewakili variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi komputer berupa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Dengan cara besarnya korelasi ( $r$  hitung) yang diperoleh dari hasil output SPSS dibandingkan dengan besarnya  $r$  tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka data valid.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka data tidak valid.

Adapun  $r$  tabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 untuk dua arah pada penelitian ini sebesar 0,196 yang didapat dari melihat  $r$  tabel *product moment* dengan menggunakan rumus  $df$  (*degree of freedom*) =  $(N-2)$ , dengan  $N$  merupakan jumlah butir pernyataan yang diajukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini nilai  $N$  adalah 100. Jadi  $df = N-2$  atau  $df = 100-2 = 98$ . Maka didapat nilai  $r$  tabel sebesar 0,1966. Berikut ini merupakan hasil validitas instrumen dengan menggunakan program SPSS:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Validitas X1 (*Dropshipper*)**

No	Item Pertanyaan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
1	X1.1	0.644	>	0.196	Valid
2	X1.2	0.581	>	0.196	Valid
3	X1.3	0.608	>	0.196	Valid
4	X1.4	0.608	>	0.196	Valid
5	X1.5	0.661	>	0.196	Valid

Sumber: Data Primer, 2023.

Berdasarkan tabel hasil validitas di atas maka dapat diketahui bahwa semua pernyataan variabel X1 (*dropshipper*) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{hitung}$  diantara kisaran 0,581-0,661 lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,196.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas X2 (*Reseller*)**

No	Item Pertanyaan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
1	X2.1	0.554	>	0.196	Valid
2	X2.2	0.674	>	0.196	Valid
3	X2.3	0.696	>	0.196	Valid
4	X2.4	0.754		0.196	Valid
5	X2.5	0.687	>	0.196	Valid
6	X2.6	0.723	>	0.196	Valid

Sumber: Data Primer, 2023.

Berdasarkan tabel hasil validitas di atas maka dapat diketahui bahwa semua pernyataan variabel X2 (*reseller*) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{hitung}$  diantara kisaran 0,554-0,754 lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,196.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Y (*Minat Bisnis*)**

No	Item Pertanyaan	r Hitung		r Tabel	Keterangan
1	Y1.1	0.638	>	0.196	Valid
2	Y1.2	0.810	>	0.196	Valid
3	Y1.3	0.838	>	0.196	Valid
4	Y1.4	0.772	>	0.196	Valid
5	Y1.5	0.777	>	0.196	Valid
6	Y1.6	0.584	>	0.196	Valid
7	Y1.7	0.512	>	0.196	Valid

8	Y1.8	0.844	>	0.196	Valid
9	Y1.9	0.712	>	0.196	Valid
10	Y1.10	0.806	>	0.196	Valid
11	Y1.11	0.858	>	0.196	Valid

Sumber: Data Primer, 2023.

Berdasarkan tabel hasil validitas di atas maka dapat diketahui bahwa semua pernyataan variabel Y (minat bisnis) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{hitung}$  diantara kisaran 0,512-0,858 lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,196.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data memiliki konsentrasi atau keteraturan dari hasil pengukuran. Hal ini dilakukan untuk mengetahui instrumen tersebut layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur responden. Pada penelitian ini digunakan metode *Cronbach Alpha* yang digunakan untuk menguji reliable atau tidak. Pengukuran dengan metode ini menggunakan skala 0 sampai 100, apabila nilai alpha lebih dari 60% maka instrument tersebut dikatakan *reliable*. Berikut ini merupakan tabel hasil uji reliabilitas:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas X1 (Dropshipper)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,696 > 0,60$ . Jadi, *dropshipper* dinyatakan *reliable*.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas X2 (Reseller)**

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	6

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,762 > 0,60$ . Jadi, *dropshipper* dinyatakan *reliable*.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Y (Minat Bisnis)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	11

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,917 > 0,11$ . Jadi, *dropshipper* dinyatakan *reliable*.

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini penyajian data yang

digunakan dari jawaban responden yang diuji dengan menggunakan statistik deskriptif frekuensi dengan perhitungan *mean*, *median* dan *modus*. Serta pemberian skor pada penelitian ini yaitu: Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Netral (N) diberi skor 3, Tidak setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Sehingga dapat dihasilkan uji statistik deskriptif sebagai berikut:

**a. Uji Statistik Data Angket Jawaban Responden Variabel *Dropshipper* (X1)**

**Tabel 4.11**  
**Uji Statistik Variabel X1 (*Dropshipper*)**

Pertanyaan	Skala Pengukuran	Frekuensi	Presentase	Nilai pusat
X1.1	STS	1	1%	Mean= 3,94
	TS	2	2%	
	N	16	16%	Median= 4
	S	64	64%	
	SS	17	17%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X1.2	STS	1	1%	Mean= 4
	TS	1	1%	
	N	17	17%	Median= 4
	S	64	64%	
	SS	17	17%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X1.3	STS	2	2%	Mean= 3,94
	TS	1	1%	
	N	16	16%	Median= 4
	S	63	63%	
	SS	18	18%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X1.4	STS	0	0%	Mean= 3,47
	TS	12	12%	
	N	38	38%	Median= 3,5
	S	41	41%	
	SS	9	9%	Mode=4
	Total	100	100%	
X1.5	STS	1	1%	

	TS	13	13%	Mean= 3,4
	N	39	39%	Median= 3
	S	36	36%	
	SS	11	11%	Mode= 3
	Total	100	100%	

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden pada variabel *dropshipper* dimana yang menjadi responden adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2019 sampai dengan 2022 yang berjumlah 100 orang menunjukkan bahwa pernyataan (X1.1) terdapat 17 mahasiswa yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 17%, 64 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 64%, 16 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 16%, 2 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 2% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X1.1) dari data angket jawaban responden pada variabel *dropshipper* memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 3,94, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X1.2) terdapat 17 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 17%, 64 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 64%, 17 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 17%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 1% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak

Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X1.2) dari data angket jawaban responden pada variabel *dropshipper* memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,00, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X1.3) terdapat 18 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 18%, 63 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 63%, 16 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 16%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 1% dan 2 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 2%. Nilai pusat pernyataan (X1.3) dari data angket jawaban responden pada variabel *dropshipper* memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 3,94, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X1.4) terdapat 9 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 9%, 41 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 41%, 38 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 38%, 12 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 12% dan 0 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 0%. Nilai pusat pernyataan (X1.4) dari data angket jawaban responden pada variabel *dropshipper* memiliki mean



atau nilai rata-rata sebesar 3,47, *median* atau nilai tengah sebesar 3,5 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Selanjutnya untuk pertanyaan (X1.5) terdapat 11 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 11%, 36 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 36%, 39 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 39%, 13 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 13% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X1.5) dari data angket jawaban responden pada variabel *dropshipper* memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,40, *median* atau nilai tengah sebesar 3,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 3.

**b. Uji Statistik Data Angket Jawaban Responden Variabel Reseller**

(X2)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
**Tabel 4.12**  
**Uji Statistik Variabel X2 (Reseller)**

Pertanyaan	Skala Pengukuran	Frekuensi	Presentase	Nilai Pusat
X2.1	STS	1	1%	Mean= 3,67
	TS	8	8%	
	N	23	23%	Median= 4
	S	59	59%	
	SS	9	9%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X2.2	STS	1	1%	Mean= 3,8
	TS	8	8%	
	N	14	14%	Median= 4
	S	61	61%	

	SS	16	16%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X2.3	STS	1	1%	Mean= 3,7
	TS	6	6%	
	N	35	35%	Median= 4
	S	41	41%	
	SS	17	17%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X2.4	STS	2	2%	Mean= 3,9
	TS	1	1%	
	N	19	19%	Median= 4
	S	63	63%	
	SS	15	15%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X2.5	STS	1	1%	Mean= 3,9
	TS	0	0%	
	N	17	17%	Median= 4
	S	70	70%	
	SS	12	12%	Mode= 4
	Total	100	100%	
X2.6	STS	1	1%	Mean= 3,8
	TS	3	3%	
	N	22	22%	Median= 4
	S	64	64%	
	SS	10	10%	Mode= 4
	Total	100	100%	

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden pada variabel *reseller* dimana yang menjadi responden adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2019 sampai dengan 2022 yang berjumlah 100 orang

menunjukkan bahwa pernyataan (X2.1) terdapat 9 mahasiswa yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 9%, 59 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 59%, 23 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 23%, 8 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 8% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X2.1) dari data angket jawaban responden pada variabel *reseller* memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,67, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X2.2) terdapat 16 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 16%, 61 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 61%, 14 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 14%, 8 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 8% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X2.2) dari data angket jawaban responden pada variabel *reseller* memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,80, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X2.3) terdapat 17 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 17%, 41 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 41%, 35 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 35%, 6 mahasiswa memilih Tidak Setuju

(SS) dengan presentase 6% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X2.3) dari data angket jawaban responden pada variabel *reseller* memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,70, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X2.4) terdapat 15 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 15%, 63 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 63%, 19 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 19%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 1% dan 2 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 2%. Nilai pusat pernyataan (X2.4) dari data angket jawaban responden pada variabel *reseller* memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,90, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (X2.5) terdapat 12 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 12%, 70 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 70%, 17 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 17%, 0 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 0% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X2.5) dari data angket jawaban responden pada variabel *reseller* memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,90, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Selanjutnya untuk pertanyaan (X2.6) terdapat 10 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 10%, 64 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 64%, 22 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 22%, 3 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 3 dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (X2.6) dari data angket jawaban responden pada variabel *reseller* memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 3,80, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

**c. Uji Statistik Data Angket Jawaban Responden Variabel Minat Bisnis (Y)**

**Tabel 4.13**  
**Uji Statistik Variabel Y (Minat Bisnis)**

Pertanyaan	Skala Pengukuran	Frekuensi	Presentase	Nilai Pusat
Y3.1	STS	3	3%	Mean= 3,9
	TS	1	1%	
	N	24	24%	Median= 4
	S	44	44%	
	SS	28	28%	Mode= 4
	Total	100	100%	
Y3.2	STS	2	2%	Mean= 4,2
	TS	0	0%	
	N	10	10%	Median= 4
	S	56	56%	
	SS	32	32%	Mode= 4
	Total	100	100%	
Y3.3	STS	2	2%	Mean= 4,5
	TS	0	0%	
	N	5	5%	Median= 5
	S	28	28%	
	SS	65	65%	Mode= 5

	Total	100	100%	
Y3.4	STS	1	1%	Mean= 4,5
	TS	0	0%	
	N	9	9%	Median= 5
	S	31	31%	Mode= 5
	SS	59	59%	
	Total	100	100%	
Y3.5	STS	1	1%	Mean= 4,3
	TS	0	0%	
	N	13	13%	Median= 4
	S	43	43%	Mode= 5
	SS	43	43%	
	Total	100	100%	
Y3.6	STS	1	1%	Mean= 3,7
	TS	3	3%	
	N	34	34%	Median= 4
	S	51	51%	Mode= 4
	SS	11	11%	
	Total	100	100%	
Y3.7	STS	1	1%	Mean= 3,5
	TS	5	5%	
	N	48	48%	Median= 3
	S	36	36%	Mode= 3
	SS	10	10%	
	Total	100	100%	
Y3.8	STS	1	1%	Mean= 4,3
	TS	1	1%	
	N	11	11%	Median= 4
	S	46	46%	Mode= 4
	SS	41	41%	
	Total	100	100%	
Y3.9	STS	1	1%	Mean= 4,3
	TS	1	1%	
	N	13	13%	Median= 4
	S	40	40%	Mode= 5
	SS	45	45%	
	Total	100	100%	
Y3.10	STS	2	2%	Mean= 4,2
	TS	0	0%	
	N	13	13%	Median= 4
	S	44	44%	Mode= 4
	SS	41	41%	
	Total	100	100%	
	STS	2	2%	Mean=

Y3.11	TS	1	1%	4,4
	N	7	7%	Median= 5
	S	35	35%	
	SS	55	55%	Mode= 5
	Total	100	100%	

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden pada variabel minat bisnis dimana yang menjadi responden adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2019 sampai dengan 2022 yang berjumlah 100 orang menunjukkan bahwa pernyataan (Y3.1) terdapat 28 mahasiswa yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 28%, 44 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 44%, 24 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 24%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (TS) dengan presentase 1% dan 3 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 3%. Nilai pusatb pernyataan (Y3.1) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 3,90, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (Y3.2) terdapat 32 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 32%, 56 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 56%, 10 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 10%, 0 mahasiswa memilih Tidak Setuju

(SS) dengan presentase 0% dan 2 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 2%. Nilai pusat pernyataan (Y3.2) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,20, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (Y3.3) terdapat 65 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 65%, 28 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 38%, 5 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 5%, 0 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 0% dan 2 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 2%. Nilai pusat pernyataan (Y3.3) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,50, *median* atau nilai tengah sebesar 5,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 5.

Untuk pertanyaan (Y3.4) terdapat 59 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 59%, 31 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 31%, 9 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 9%, 0 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 0% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (Y3.4) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki



mean atau nilai rata-rata sebesar 4,50, *median* atau nilai tengah sebesar 5,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 5.

Untuk pertanyaan (Y3.5) terdapat 43 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 43%, 43 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 43%, 13 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 13%, 0 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 0% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (Y3.5) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,30, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 5.

Untuk pertanyaan (Y3.6) terdapat 11 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 11%, 51 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 51%, 34 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 34%, 3 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 3% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (Y3.6) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 3,70, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (Y3.7) terdapat 10 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 10%, 36 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 36%, 48 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 48%, 5 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 5% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (Y3.7) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 3,50, *median* atau nilai tengah sebesar 3,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 3.

Untuk pertanyaan (Y3.8) terdapat 41 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 41%, 46 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 46%, 11 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 11%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 1% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (Y3.8) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,30, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (Y3.9) terdapat 45 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 45%, 40 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 40%, 13 mahasiswa memilih

Netral (N) dengan presentase 13%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 1% dan 1 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 1%. Nilai pusat pernyataan (Y3.9) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,30, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 5.

Untuk pertanyaan (Y3.10) terdapat 41 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 41%, 44 mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 44%, 13 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 13%, 0 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 0% dan 2 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 2%. Nilai pusat pernyataan (Y3.10) dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,20, *median* atau nilai tengah sebesar 4,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 4.

Untuk pertanyaan (Y3.11) terdapat 55 mahasiswa memilih Sangat Setuju (SS) dengan presentase sebesar 55%, 35 Mahasiswa memilih Setuju (S) dengan presentase 35%, 7 mahasiswa memilih Netral (N) dengan presentase 7%, 1 mahasiswa memilih Tidak Setuju (SS) dengan presentase 1% dan 2 mahasiswa memilih Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 2%. Nilai pusat pernyataan (Y3.11)

dari data angket jawaban responden pada variabel minat bisnis memiliki *mean* atau nilai rata-rata sebesar 4,40, *median* atau nilai tengah sebesar 5,00 dan nilai *mode* atau *modus* atau nilai yang sering muncul sebesar 5.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dimana untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Sebuah data dikatakan terdistribusi normal jika nilai residualnya terstandarisasi sebagian besar mendekati rata-ratanya. Untuk menguji apakah distribusi data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan analisis uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut ini merupakan hasil uji normalitas dari data yang diperoleh dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.35276462
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.041
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		



1	(Constant)	13.908	4.831		2.879	.005		
	Dropship per (X1)	.961	.259	.357	3.706	.000	.767	1.304
	Reseller (X2)	.606	.201	.290	3.013	.003	.767	1.304
a. Dependent Variable: MinatBisnis (Y)								

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dari *dropshipper* dan *reseller* sebesar  $0,767 < 0,10$  dan nilai *Tolerance* (TOL) sebesar  $1,304 > 0,10$ . Maka berdasarkan hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut terbebas dari multikolinearitas.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel. Hasil dari uji glejser menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas apabila dari perhitungan SPSS nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.642	3.073		4.764	.000
	Dropshipper (X1)	-.165	.165	-.109	-1.001	.319
	Reseller (X2)	-.336	.128	-.285	-2.626	.010

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Pada tabel 4.15 di atas dari teori uji glejser menunjukkan nilai Sig. dari variabel X1 = 0,319 dan X2 = 0,010 sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikan (Sig) > 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 5. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas atau response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas atau predictor (X1, X2,...Xn). memprediksi nilai variabel tak bebas atau responden (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya atau predictor (X1, X2,...,Xn) diketahui. Di samping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimana arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebasnya.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.908	4.831		2.879	.005
	Dropshipper (X1)	.961	.259	.357	3.706	.000
	Reseller (X2)	.606	.201	.290	3.013	.003

a. Dependent Variable: Minat Bisnis (Y)

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Adapun persamaan model regresi linier berganda dalam penelitian ini untuk *dropshipper* (X1), dan *reseller* (X2), terhadap Minat Bisnis (Y) pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 13,908 + 0,961 X_1 + 0,606 X_2 + e$$

Adapun maksud dari persamaan model regresi linier berganda diatas adalah:

- a. Nilai konstanta sebesar 13,908 artinya jika seluruh variabel dianggap konstanta, maka nilai minat bisnis sebesar 13,908.
- b. Nilai koefisien *dropshipper*(X1) sebesar 0,961 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis, artinya setiap peningkatan variabel *dropshipper* sebesar 1%, maka minat bisnis akan meningkat sebesar 0,961 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh



variabel *dropshipper* maka semakin meningkatkan minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Semakin lemah pengaruh variabel *dropshipper* maka semakin menurunkan tingkat minat bisnis pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

- c. Nilai koefisien *reseller* ( $X_2$ ) sebesar 0,606 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis, artinya setiap peningkatan variabel motivasi 1%, maka minat bisnis akan meningkat sebesar 0,606 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel *reseller* maka semakin meningkatkan minat bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Semakin lemah pengaruh variabel *reseller* maka semakin menurunkan tingkat minat bisnis pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

## 6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan, sehingga harus diujikan kebenarannya secara empiris. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji t secara parsial dan uji F secara simultan.

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent ( $X_1$

dan X2) secara individual mempengaruhi variabel dependent (Y).

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  = variabel independen (*dropshipper* dan *reseller*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat Bisnis Mahasiswa.

$H_a$  = variabel independen (*dropshpiper* dan *reseller*) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat Bisnis Mahasiswa.

Dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Jika probabilitas  $t > 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- 2) Jika probabilitas  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Cara kedua uji  $t$  dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1)  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2)  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Berikut ini adalah hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 25:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Parsial (T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.908	4.831		2.879	.005

	Dropshipper (X1)	.961	.259	.357	3.706	.000
	Reseller (X2)	.606	.201	.290	3.013	.003
a. Dependent Variable: Minat Bisnis (Y)						

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan hasil Uji Parsial (T) menunjukkan bahwa variabel *dropshipper* memiliki nilai probabilitas atau signifikansi t sebesar 0,00 dengan nilai t hitung sebesar 3,706. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,706 > 1,988$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa *dropshipper* memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Sedangkan untuk *reseller* memiliki nilai probabilitas atau signifikansi t sebesar 0,03 dengan nilai t hitung sebesar 3,013. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,03 < 0,05$ ) dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,013 > 1,988$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa *reseller* berpengaruh signifikan terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

#### b. Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Determinan (R<sup>2</sup>) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah 0-1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.951 <sup>a</sup>	.823	.745	.74052
a. Predictors: (Constant), Reseller (X2), Dropshipper (X1)				

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan hasil tabel uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R square sebesar 0,745 atau 74,5%. Jadi *dropshipper* (X1) dan *reseller* (X2) memiliki hubungan determinasi terhadap minat bisnis mahasiswa (Y) sebesar 74,5% dan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

#### D. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner sebagai metode pengumpulan data dan kemudian dianalisis dengan uji regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dalam pembahasan ini akan

dijelaskan terkait dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Oleh karena itu pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Dropshipper* terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

*Dropshipper* memiliki nilai *coefficients model* 1 yaitu nilai sig 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Variabel *dropshipper* mempunyai t hitung yakni 3,706 dengan t tabel=1,988. Jadi t hitung > t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa *dropshipper* memiliki kontribusi terhadap minat bisnis mahasiswa. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *dropshipper* mempunyai hubungan yang searah dengan minat bisnis.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *dropshipper* maka semakin tinggi minat bisnis begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat *dropshipper* maka semakin rendah minat bisnis. Hal ini dibuktikan oleh jawaban responden yang menyatakan setuju dengan *dropshipper* yang memberikan kemudahan dalam memulai bisnis *online* tanpa modal serta memberikan kemudahan dalam memperoleh keuntungan, jadi bisa dikatakan bahwa *dropshipper* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Kurniawati dan Syifaul Fuada yang menyatakan bahwa sistem penjualan *dropship* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat bisnis *online* Masyarakat Kampung Dayeuhkolot – Subang, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat tersebut sangat terbantu dengan adanya program pengenalan bisnis *online* dengan sistem *dropship*, mereka mampu menjalankan bisnis *online* model *dropship* secara mandiri dengan memanfaatkan *gadget* dan media sosial yang mereka miliki, mendapatkan keuntungan sehingga dapat menunjang poros ekonomi keluarga di masa krisis pandemi Covid-19.<sup>56</sup>

2. Pengaruh *Reseller* terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Berdasarkan hasil uji perhitungan regresi linier secara parsial (T) menunjukkan bahwa *reseller* memiliki nilai coefficients dengan nilai sig 0,005 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, maka H1 diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Variabel *reseller* mempunyai t hitung yakni 3,013 dengan t tabel=1,988. Jadi r hitung > t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel *reseller* memiliki kontribusi terhadap Y yaitu minat bisnis mahasiswa. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *reseller* mempunyai hubungan yang searah dengan minat bisnis.

---

<sup>56</sup> Rina Kurniawati dan Syifaul Fuada, "Pendapatan Bisnis *Online Model Dropshipping* guna Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Kampung Dayeuhkolot-Subang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks* 7, no.2 (2021): 156.

Dapat disimpulkan semakin meningkat kebutuhan akan *reseller* maka semakin meningkat minat bisnis mahasiswa begitu juga sebaliknya semakin menurun kebutuhan akan *reseller* maka semakin menurun tingkat minat bisnis mahasiswa, hal ini berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner yang menyatakan bahwa *reseller* memberikan kemudahan dalam menjangkau *customer* dan penjual dengan mudah mengatur pengiriman barang yang dibeli oleh *customer*. Jadi bisa dikatakan bahwa *reseller* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reni Riswati pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa sistem penjualan dengan berbasis *reseller* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bisnis masyarakat, hal ini bisa dilihat dari jumlah *reseller* dan jumlah penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun.<sup>57</sup>

3. Besar pengaruh variabel *Dropshipper* dan *Reseller* terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier secara parsial (uji T). *dropshipper* berpengaruh positif terhadap minat bisnis, terbukti dengan hasil *koefisien* regresi sebesar 0,961 atau 96,1% dengan arah positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik nilai *dropshipper* maka semakin

---

<sup>57</sup> Reni Riswati, "Pengaruh *Giveaway*, *Price Discount*, dan *Reseller* Terhadap Peningkatan Penjualan Ms.Glow Mabella, Kisaran," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 595.

meningkat minat bisnis mahasiswa. Sebaliknya, apabila semakin lemah variabel *dropshipper* maka akan menurun tingkat minat bisnis mahasiswa,

Hasil pengujian juga menunjukkan variabel *dropshipper* memiliki probabilitas atau signifikan t sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 3,706. hal ini menunjukkan bahwa signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung  $> t$  tabel ( $3,706 > 1,988$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa *dropshipper* memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Hal ini juga dibuktikan dengan jawaban responden melalui kuesioner yang menyatakan bahwa dengan mempunyai bisnis mahasiswa lebih merasa percaya diri, dihargai, mandiri dan mempunyai kebebasan waktu.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Hasanah 2019 “Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* Di Toko Online S3 Komputer Surabaya”.<sup>58</sup> Hasil dari penelitian ini menjelaskan tentang mekanisme *dropshipper* dan *reseller* menegaskan bahwa *dropshipper* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat bisnis. Variabel *reseller* juga memiliki pengaruh positif terhadap minat bisnis mahasiswa, terbukti dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,606 atau 60,6% dengan arah positif, hal ini menunjukkan semakin baik variabel *reseller* maka semakin meningkat minat bisnis mahasiswa. sebaliknya,

---

<sup>58</sup> Nur Hasanah, “Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* Di Toko Online S3 Komputer Surabaya,” (Skripsi, Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2019): 13.



apabila semakin lemah variabel *reseller* maka akan menurun tingkat minat bisnis mahasiswa.

Hasil pengujian juga menunjukkan *reseller* memiliki probabilitas atau signifikan t sebesar 0,003 dengan nilai t hitung sebesar 3,013. Hal ini menunjukkan bahwa signifikan t < 0,05 (0,003 < 0,05) dan t hitung > t tabel (3,013 > 1,988). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa *reseller* berpengaruh signifikan terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Irawati yang menegaskan bahwa penjualan berbasis *reseller* memiliki peranan dan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan laba usaha, dengan adanya sistem *reseller* banyak sekali masyarakat yang berminat memasarkan barang yang diproduksi dan mampu meningkatkan pendapatan hingga 160%.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Rina Irawati, "Pengambilan Keputusan *Reseller Frozen Food* Sebagai Pilihan Berwirausaha Di Masa Pandemi," *Jurnal of Management Studies* 16, no. 2 (2022): 132.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dan saran. Setelah melakukan analisa data hasil penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian, maka bab ini akan diuraikan kesimpulan dari pembahasan dan juga saran-saran yang dipandang perlu sebagai masukan bagi pihak-pihak terkait.

Penelitian ini menguji 2 (dua) faktor yang dapat mempengaruhi minat bisnis mahasiswa yaitu sistem penjualan *dropshipper* (X1) dan *reseller* (X2) yang diujikan pada 100 mahasiswa sebagai responden menghasilkan beberapa informasi diantaranya:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sistem penjualan *dropship* terhadap minat bisnis mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin banyak peminat *dropshipper* maka semakin meningkat minat bisnis *online* mahasiswa.
2. Hasil uji data dalam penelitian ini menghadirkan informasi adanya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sistem penjualan *reseller* terhadap minat bisnis mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat minat *reseller* maka semakin meningkat juga minat bisnis *online* pada mahasiswa.
3. Dari keseluruhan hasil uji data disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sistem penjualan *dropship* dan *reseller* secara bersamaan terhadap minat bisnis *online* mahasiswa. Hal ini

berarti bahwa semakin banyak peminat *dropship* dan *reseller* maka akan meningkat juga minat bisnis *online* pada Mahasiswa.

## B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya mengenai pengaruh *Dropshipper* dan *Reseller* dalam meningkatkan minat bisnis Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam agar lebih meningkatkan kreatifitas mengembangkan bisnis secara mandiri dengan mengikuti seminar atau pelatihan bisnis agar mampu menemukan ide-ide dalam berbisnis.
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebaiknya menetapkan alat ukur tertentu untuk membantu mahasiswa dalam memilih Minat Bisnis atau Wirausaha. Hal ini dilakukan untuk mempertajam fokus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya dalam menghasilkan lulusan yang juga siap menerapkan jiwa bisnis atau wirausaha dalam masyarakat.
3. Pengembangan Minat Bisnis sebaiknya tidak hanya difokuskan pada materi perkuliahan saja namun juga perlu adanya praktek nyata dalam mengembangkan bisnis agar minat bisnis atau wirausaha semakin kuat dan melekat pada diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Dani dkk, “Analisis Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pelaku Usaha di Kota Tasikmalaya),” *Jurnal Kewarganegaraan*, no. 2 (2022).
- Anugrah, Muhammad dkk. “Sistem Bisnis *Dropship* Dalam Perspektif Hukum Agama Islam”, *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1 No. 5 (2023).
- Arikunto, Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: Rajawali, 2009.
- Damayanti, Amalia. “Analisis Mekanisme Reseller dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung)”, *Jurnal Jurusan Ekonomi Syariah*, no. 2 (2020).
- Dryon, Taluke dkk. “Analisis Preferensi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat”, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 6 no.2 (2019).
- Andriana, Noor Ana dkk. “Pelatihan Penggunaan Aplikasi Shopee Untuk Meningkatkan Minat Berbisnis Secara Online”, *Jurnal Masyarakat Mandiri*, no. 6 (2021).
- Ardiyanti, Ayu Dyah dkk. “Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa”, *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, no. 2, (2019).
- Arief, Nurman Hanif dkk. “Analisa Dan Perancangan sistem Informasi E-Commerce Untuk kalangan UMKM (Bengkel Motor)”, *Jurnal Mahasiswa Jurusan Informatika STMIK Insan pembangunan*, (2019).
- Arikunto. “Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)”, Jakarta: Rajawali, 2009.
- Bela, Livian Ovin dkk. “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Pada Apotok”, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, no. 4 (2022).
- Chalista, Vidya dkk. “Analisis Sistem Penjualan Kredit Pada Perum Perumas Project Sukaramai Sentraland Meda”, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, no. 2, (2022).
- Rahim, Dinaryati. “Analisis Hukum Tanggung Jawab Produsen Dalam Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen”, *Jurnal Administrasi publik dan Politik*, no. 2, (2020).

- Edy, Christanto Irwan dkk. "Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada Siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo (Pendekatan Sistem Bisnis Dropsip)", *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, no. 1, (2020).
- Elfizon dkk. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga melalui Penerapan e-Commerce Di Kenagarian Vii koto Talago kecamatan guguk Kabupaten 50 Kota", *Jurnal Teknik Elektro Dan Vokasional*, (2020).
- Fadly, Dhiyaul Hawangga dan Utama. "Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Ecoment Global*, no. 2, (2020).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hasanah, Nur. "Analisis Mekanisme Dropshipper Dan Reseller Di Toko Online S3 Komputer Surabaya". Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Hendriyani, Chandra dkk. "Analisis Program Kemitraan Dalam Meningkatkan Reseller Engagement Evermos", *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7 No. 1 (2023).
- Irawati, Rina. "Pengambilan Keputusan Reseller Frozen Food Sebagai Pilihan Berwirausaha Di Masa Pandemi", *Jurnal Management Studies*, (2022).
- Jumadi, Rahmat. "Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis", *Journal of Islamic Economics and Banking*, 3 no. 2 (2022).
- Kurniawati, Rina dan Fuada, Syifau. "Pendapatan Bisnis Online Model Dropshipping guna Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Kampung Dayeuhkolot-Subang", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, no.2 (2021).
- Nabila, Lita Faricha. "Konsep Jual Beli Berbasis Online Dalam Tinjauan Ekonomi Islam", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3 no. 2 (2023).
- Nurlaila, Isima dkk. "Wanprestasi Dalam Kontrak Bisnis Syariah Serta Penyelesaian Sengketnya", *Jurnal Of Islamic Economic*, no. 2, (2021).
- Paransa, Stanley dkk, "Analisis Penerapan E-Commerce Dengan Sistem Dropshipping Terhadap Kepercayaan, Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Business Economics*, no. 2 (2020).

- Palevy, Reza Muhammad. "Sistem transaksi Dan pertanggung jawaban Risiko Dalam Jual Beli Dropshipping Menurut Perspektif ekonomi Islam", *Jurnal of Sharia Economics*, no. 2 (2020).
- Prasetyo, Edy Prasetyo dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Dan Peramalan Volume Penjualan Kopi Di Pt Perkebunan Nusantara IX," *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2 no. 3 (2019).
- Priadana, Sidik Muhammad, Sunarsi Denok. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Tangerang Selatan: Pasca Books 2021.
- Purwanto, Edy. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2020.
- R, Eswanto Sugeng dkk. "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20 no.03 (2018).
- Risma, Lailatul. "Analisis Jual Beli *Online* Dengan Sistem *Dripshipping* Di Toko Alhusna Herbal Pematang Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2 no. 3 (2022).
- Riswati, Reni. "Pengaruh Giveaway, Price Discount, dan Reseller terhadap Peningkatan Penjualan Ms. Glow Mabella, Kisaran", *Jurnal Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, no. 1 (2022).
- Riyanto, Slamet *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sakdah'nur dkk. "Analisis pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui Dropshipper Pada Media E-Commerce", *Jurnal Magister Manajemen*, no. 3 (2021).
- Samsu. "*Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*", Jambi :PUSAKA. 2017.
- Sari, winda nur Deby. "Pengaruh Aktivasi Merek Melalui *Instagram Msglowbeauty* Terhadap Keterlibatan Reseller Pada Produk MS.GLOW," *Jurnal of psychology and marketing*, 5 no. 1 (2021).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sumartini, Cucu Lilis dkk. "analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja", *Jurnal E-BIS*, 3 no. 2 (2019).

- Syahputra, Ade dkk. “Perancangan Aplikasi Dropship Bagi Pelaku Usaha Umkm Menggunakan Metode Waterfall”, *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi*, no. 1, (2022).
- Syaid, A. Fauziah. “Sistem Dropshipping Dalam Penjualan Online Pada Masyarakat Kel. Benteng Kec. Patampanua Kab. Pinrang (Perspektif Hukum Islam)”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2019.
- Wijoyo, Agung dkk. “Peran Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perkembangan *E-Commerce* Dalam Pengambilan Keputusan Bagi Usaha UMKM”, *Jurnal Teknologi, Bisnis dan Pendidikan*, 1 no. 2 (2023).



**PERTANYAAN KEASLIAN TULISAN**

Nama : Diana Holida  
Nim : E20192144  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 01 September 2023  
Saya Yang Menyatakan



Diana Holida  
Nim.E20192144

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**Lampiran 1: Matrik Penelitian**

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator Variabel	Sumber Data	Metode Penelitian
Pengaruh Sistem Penjualan <i>Dropshipper</i> Dan <i>Reseller</i> Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah sistem penjualan <i>dropshipper</i> berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?</li> <li>2. Apakah sistem penjualan <i>reseller</i> berpengaruh terhadap minat bisnis mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?</li> <li>3. Apakah Sistem Penjualan <i>dropshipper</i> dan <i>reseller</i> berpengaruh terhadap minat bisnis yang terjadi dikalangan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Dropshipper</i> (<math>X_1</math>)</li> <li>2. <i>Reseller</i> (<math>X_2</math>)</li> <li>3. Minat Bisnis (<math>Y</math>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem penjualan <i>droshipper</i> (<math>X_1</math>)</li> <li>a. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> adalah bisnis <i>online</i> yang mudah dimulai tanpa memerlukan modal.</li> <li>b. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> mempermudah pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan.</li> <li>c. Sistem penjualan <i>dropshipper</i> mampu menjangkau <i>customer</i> dengan mudah hanya dengan memposting barang jualan di <i>media sosial</i>.</li> </ol>	Subjek penelitian Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis Penelitian : penelitian diskriptif yaitu kuantitatif.</li> <li>2. Penentuan responden atau sampling atau rumus Slovin.</li> <li>3. Metode pengumpulan data               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Wawancara</li> <li>b. Angket</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>4. Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda.</li> </ol>

mahasiswa Prodi  
Ekonomi Syariah  
Universitas Islam  
Negeri Kiai Haji  
Achmad Siddiq  
Jember?



- d. Sistem penjualan *dropshipper* penjual tidak bisa memastikan proses pengiriman barang pada *customer* dengan cepat.
- e. Sistem penjualan *dropshipper* penjual tidak bisa memastikan kualitas barang yang dijual.
- 2. Sistem penjualan *reseller* (X2)
  - a. Sistem penjualan *reseller* harus mengeluarkan modal untuk memulai bisnis *online*.
  - b. Sistem penjualan *reseller* penjual bisa menentukan harga jual barang sesuai dengan keinginannya.
  - c. Sistem penjualan



- reseller* penjual bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal.
- d. Sistem penjualan *reseller* penjual bisa mengetahui kualitas barang yang dijual.
  - e. Sistem penjualan *reseller* penjual bisa dengan mudah menjangkau *customer* memulai foto produk yang di posting melalui *media sosial*.
  - f. Sistem penjualan *reseller* penjual bisa mengatur pengiriman barang yang *diorder* oleh *customer*.
3. Minat bisnis (Y)
- a. Mahasiswa akan merasa dihargai jika mempunyai bisnis sendiri.



- b. Mahasiswa akan lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri.
- c. Mahasiswa ingin mempunyai usaha sendiri.
- d. Mahasiswa ingin bisa mengembangkan usaha sendiri.
- e. Mahasiswa senang dengan pekerjaan yang waktunya tidak mengikat.
- f. Mahasiswa senang berjualan online dengan sistem *reseller*.
- g. Mahasiswa senang berjualan *online* dengan sistem *dropshipper*.
- h. Mahasiswa ingin bebas mengelola suatu usaha sendiri.
- i. Mahasiswa ingin memiliki



keuntungan yang maksimal dari usaha *online* yang telah dijalani.

- j. Mahasiswa ingin memiliki kebebasan dalam mengelola keuangan.
- k. Mahasiswa sangat tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan yang mandiri.

## Lampiran 2: Pengantar Kuesioner

Assalamualaikum Wr, Wb.

Perkenalkan saya Diana Holida, saya adalah mahasiswi semester 8 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan study S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mengenai “ **Pengaruh Sistem Penjualan *Dropshipper* dan *Reseller* Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember**”. Maka saya mohon kesediaan dari saudara/I untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keseharian saudara terkait sistem penjualan *dropshipper* dan *reseller* terhadap minat bisnis.

Penelitian ini bersifat sukarela dan tertutup. Kami menjaga kerahasiaan identitas saudara maupun jawaban atas kuisisioner ini secara penuh. Sehingga tidak ada satu resiko negatif yang akan merugikan saudara atas pengisian kuisisioner ini. Untuk itu kami mohon saudara dapat memberikan jawaban yang jujur sesuai dengan **keadaan diri dan pendapat saudara sendiri** sebab penelitian ini hanya bermaksud menggali kenyataan yang ada. Sebelumnya, mohon diperhatikan ; Pernyataan Izin Menggunakan Data.

Setelah membaca lembaran penjelasan pengisian kuisisioner, saya memberikan izin kepada peneliti menggunakan data saya untuk dianalisis lebih lanjut (centang jawaban yang dipilih).

Ya

Tidak

### Lampiran 3: Kuesioner

Angkatan: 2019  
 2020  
 2021  
 2022  
 lainnya

#### Petunjuk pengisian kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda, dengan cara memberi tanda check list (√) pada salah satu kolom berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju    S = Setuju  
 TS = Tidak Setuju            SS = Sangat Setuju  
 N = Netral

#### a. Dropshipper

Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	5	4	3	2	1
Dengan sistem dropshipper lebih mudah memulai bisnis online tanpa modal					
Dengan penjualan sistem dropshipper saya bisa memperoleh keuntungan penjualan					
Dengan sistem dropshipper saya bisa dengan mudah menjangkau customer dengan hanya memposting barang melalui media sosial.					

Dengan sistem penjualan saya tidak bisa memastikan proses pengiriman barang customer dengan cepat					
Dengan sistem dropshipper saya tidak bisa memastikan kualitas barang yang saya jual					

**b. Reseller**

Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2
Dengan sistem reseller saya harus mengeluarkan modal untuk memulai bisnis online					
Dengan sistem reseller saya bisa menentukan harga jual barang sesuai dengan keinginan saya					
Dengan sistem reseller saya bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal					
Dengan sistem reseller saya bisa mengetahui kualitas barang yang saya jual					
Dengan sistem reseller saya bisa dengan mudah menjangkau customer melalui foto produk yang saya posting di media social					
Dengan sistem reseller saya bisa mengatur pengiriman barang yang disorder oleh customer					



**c. Minat Bisnis**

Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	5	4	3	2	1
Saya akan merasa dihargai jika mempunyai bisnis sendiri					
Saya akan lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri					
Saya ingin mempunyai usaha sendiri					
Saya ingin bisa mengembangkan usaha sendiri					
Saya senang dengan pekerjaan yang waktunya tidak mengikat					
Saya senang berjualan online dengan sistem Reseller					
Saya senang berjualan online dengan sistem dropshiper					
Saya ingin bebas mengelola suatu usaha sendiri					
Saya ingin memiliki keuntungan yang maksimal dari usaha online yang saya jalani					
Saya ingin memiliki kebebasan dalam mengelola keuangan					
Saya sangat tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan yang mandiri					





4	3	4	4	3	18
4	4	3	3	4	18
4	1	4	3	3	15
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	3	21
4	4	4	2	2	16
4	3	4	3	4	18
4	4	4	3	3	18
3	3	4	3	3	16
3	3	4	3	3	16
5	4	4	4	3	20
4	4	4	3	3	18
2	4	3	3	4	16
3	4	4	4	3	18
4	5	3	4	3	19
4	3	4	4	5	20
3	4	4	4	4	19
5	4	4	5	5	23
4	4	4	3	4	19
5	4	4	4	4	21
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	3	19
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	2	3	17
5	5	4	4	4	22
5	4	2	4	4	19
3	3	4	3	3	16
4	3	4	3	3	17
4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	3	18
4	4	4	2	2	16
4	3	3	3	3	16
4	4	5	5	5	23

3	4	3	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	23
4	1	4	1	4	4	18
3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	5	23
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	3	4	3	22
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	3	21
4	4	5	5	4	5	27
4	4	3	4	4	3	22
3	3	4	4	4	3	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	5	4	4	3	24
4	4	4	4	4	4	24
4	2	3	4	4	4	21
4	3	2	4	4	4	21
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	5	4	4	24
4	4	3	4	3	4	22
3	3	4	4	4	4	22
4	4	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
4	2	2	5	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	4	21
4	3	3	4	4	3	21
4	3	3	3	3	3	19
2	5	5	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	3	3	4	3	4	21
5	5	3	5	4	5	27

3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	42	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	
3	4	5	5	4	3	3	3	5	3	5	43
5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	48
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	47
3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	48
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	50
4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	49
4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	49
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	48
5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	49
4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	48
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	53
5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	51
5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	52
4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	43
3	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	41
4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	45
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	40
4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	51
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	40
3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	50
3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	49
4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	48
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	36
4	3	5	5	3	4	3	4	4	5	5	45

## Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas

### Uji Validitas

#### 1. X1 Dropshipper

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X.15	SKOR
X1.1	Pearson Correlation	1	.487**	.290**	.116	.239*	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.250	.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.487**	1	.278**	.128	.051	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.203	.615	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.290**	.278**	1	.135	.224*	.608**
	Sig. (2-tailed)	.003	.005		.180	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.116	.128	.135	1	.393**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.250	.203	.180		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.15	Pearson Correlation	.239*	.051	.224*	.393**	1	.661**
	Sig. (2-tailed)	.017	.615	.025	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	.644**	.581**	.608**	.608**	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

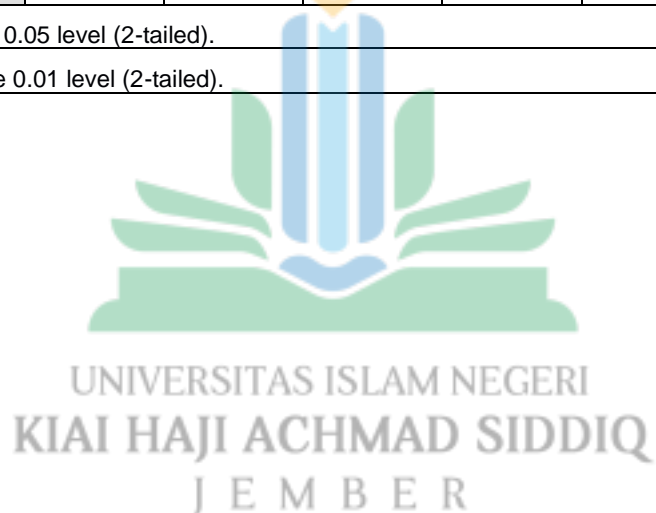
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 2. X2 Reseller

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	SKOR
X2.1	Pearson Correlation	1	.206*	.164	.310**	.277**	.293**	.554**
	Sig. (2-tailed)		.040	.104	.002	.005	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.206*	1	.442**	.426**	.310**	.286**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.040		.000	.000	.002	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.164	.442**	1	.347**	.444**	.368**	.696**

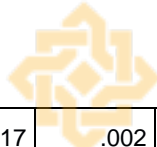
	Sig. (2-tailed)	.104	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.310**	.426**	.347**	1	.422**	.611**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.277**	.310**	.444**	.422**	1	.477**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.293**	.286**	.368**	.611**	.477**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	.554**	.674**	.696**	.754**	.687**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								





3. Y Minat Bisnis

Correlations													
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	SKOR
Y1.1	Pearson Correlation	1	.583**	.485**	.435**	.462**	.277**	.260**	.427**	.274**	.437**	.465**	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.005	.009	.000	.006	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.583**	1	.660**	.667**	.620**	.356**	.239*	.637**	.507**	.620**	.714**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.485**	.660**	1	.785**	.608**	.372**	.309**	.672**	.595**	.575**	.781**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.435**	.667**	.785**	1	.698**	.236*	.138	.621**	.496**	.571**	.674**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.018	.172	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.462**	.620**	.608**	.698**	1	.381**	.249*	.657**	.457**	.676**	.546**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.012	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.277**	.356**	.372**	.236*	.381**	1	.663**	.419**	.330**	.377**	.387**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.018	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	.260**	.239*	.309**	.138	.249*	.663**	1	.397**	.269**	.269**	.394**	.512**



	Sig. (2-tailed)	.009	.017	.002	.172	.012	.000		.000	.007	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8	Pearson Correlation	.427**	.637**	.672**	.621**	.657**	.419**	.397**	1	.609**	.740**	.712**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.9	Pearson Correlation	.274**	.507**	.595**	.496**	.457**	.330**	.269**	.609**	1	.628**	.641**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.001	.007	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.10	Pearson Correlation	.437**	.620**	.575**	.571**	.676**	.377**	.269**	.740**	.628**	1	.669**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.11	Pearson Correlation	.465**	.714**	.781**	.674**	.546**	.387**	.394**	.712**	.641**	.669**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR	Pearson Correlation	.638**	.810**	.838**	.772**	.777**	.584**	.512**	.844**	.712**	.806**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas**

## 1. Dropshipper X1

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

## 2. Reseller X2

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	6

## 3. Minat Bisnis Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	11



## Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.35276462
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.041
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
		1	(Constant)	13.908	4.831			2.879
	Dropshipper (X1)	.961	.259	.357	3.706	.000	.767	1.304
	Reseller (X2)	.606	.201	.290	3.013	.003	.767	1.304

a. Dependent Variable: MinatBisnis (Y)

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.642	3.073		4.764	.000
	Dropshipper (X1)	-.165	.165	-.109	-1.001	.319
	Reseller (X2)	-.336	.128	-.285	-2.626	.010

a. Dependent Variable: Abs\_Res

#### 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.908	4.831		2.879	.005
	Dropshipper (X1)	.961	.259	.357	3.706	.000
	Reseller (X2)	.606	.201	.290	3.013	.003

a. Dependent Variable: Minat Bisnis (Y)

### Lampiran 8: Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi

#### Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.908	4.831		2.879	.005
	Dropshipper (X1)	.961	.259	.357	3.706	.000
	Reseller (X2)	.606	.201	.290	3.013	.003

a. Dependent Variable: Minat Bisnis (Y)

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.951 <sup>a</sup>	.823	.745	.74052

a. Predictors: (Constant), Reseller (X2), Dropshipper (X1)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 9: Surat Keterangan Bebas Tanggungan Plagiarism



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
 Fax (0331) 427005 e-mail: [feb@uinjhas.ac.id](mailto:feb@uinjhas.ac.id) Website: <http://uinjhas.ac.id>



### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI Nomor : B-15.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/10/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Diana Holida  
 NIM : E20192144  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Judul : Pengaruh Sistem Penjualan Dropshipper dan Reseller Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS JEMBER

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Oktober 2023

An. Dekan  
 Kepala Bagian Akademik  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muhammad Mulvadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER

**Lampiran 10 : Surat ijin Penelitian**

Hal : Permohonan ijin penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Achmad Siddiq Jember

Jl. Mataram, No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Maka bersama ini saya :

Nama : Diana Holida  
Nim : E20192144  
Semester : VIII ( Delapan )  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan penelitian / riset mengenai “ Pengaruh Sistem Penjualan Dropshipper dan Reseller Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember “ di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
Jember, 14 April 2023  
Hormat saya,

**Diana Holida**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136  
 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: info@uinhas.ac.id  
 Website: www.uinhas.ac.id



**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B-1613/Un.22/7.a/PP.00.9/09/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S,Sos, M.Si  
 N I P : 197509052005012003  
 Pangkat, Gol./Ruang : Penata Tk.I / III d  
 Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik  
 Unit kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

Nama : Diana Holida  
 NIM : E20192144  
 Semester : IX (Sembilan)  
 Program Studi/ Fakultas : Ekonomi Syariah  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, dengan judul "Pengaruh Sistem Penjualan Dropshipper dan Reseller Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember."

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 09 September 2023

a.n Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik  
 dan Kemahasiswaan



Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**BLU**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

## Lampiran 11: Jurnal Penelitian

### JURNAL PENELITIAN

Nama : Diana Holida  
 Nim : E20192144  
 Judul : Pengaruh Sistem Penjualan *Dropshipper* Dan *Reseller* Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember

NO	TANGGAL	KEGIATAN
1	4 Januari 2023	Penyerahan surat permohonan ijin penelitian kepada Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kia Haji Achmad Siddiq Jember
2	16 Juni 2023	Observasi dan menentukan jumlah sebaran sampel pada program studi Ekonomi Syariah
3	08 Juni 2023	Penelitian dan penyebaran angket atau kuesioner dengan fasilitas google form pengaruh sistem penjualan dropshipper dan reseller terhadap mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN KHAS Jember
4	09 Juni 2023	Penelitian dan penyebaran angket atau kuesioner yang kebetulan dengan fasilitas Whatsapp media guna mencari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah untuk mengisi google form
5	10 Juni 2023	Penelitian dan penyebaran angket atau kuesioner yang kebetulan dengan fasilitas Whatsapp media guna mencari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah untuk mengisi google form
6	11 Juni 2023	Penelitian dan penyebaran angket atau kuesioner yang kebetulan dengan fasilitas Whatsapp media guna mencari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah untuk mengisi google form
7	11 Juni 2023	Penelitian dan penyebaran angket atau kuesioner yang kebetulan dengan fasilitas Whatsapp media guna mencari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah untuk mengisi google form
8	12 Juni 2023	Penelitian dan penyebaran angket atau kuesioner yang kebetulan dengan fasilitas Whatsapp media guna mencari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah untuk mengisi google form
9	13 Juni 2023	Pencarian Data Primer tentang Mahasiswa FEBI Program Studi Ekonomi Syariah
10		Penelitian selesai

Lampiran 12: Kartu Konsultasi

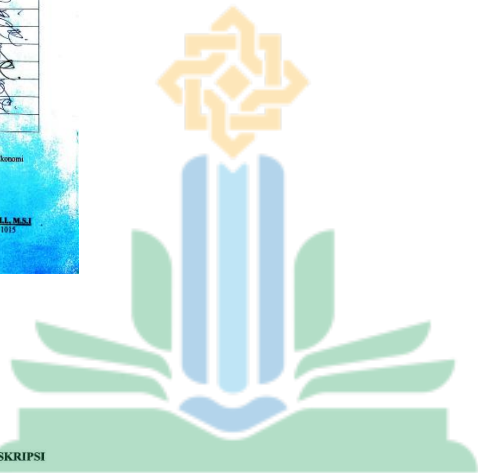
**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**  
PROGRAM S.1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Nama : Diana Hilda  
No. Induk Mahasiswa : E20192144  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Sistem Penjualan Dropshipper dan Reseller Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS JEMBER

Pembimbing : Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I  
Tanggal Perseetujuan : Tanggal \_\_\_\_\_ s.d \_\_\_\_\_ s.d

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	PEMBAHASAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	11/12/22	Pertemuan awal konsultasi	
2.	14/12/22	Penyusunan proposal Bab 1-3	
3.	03/01/23	Revisi bab 3	
4.	16/02/23	Revisi proposal	
5.	15/06/23	revisi bab 1	
6.	17/06/23	revisi bab 1	
7.	01/07/23	bab 1	
8.	23/07/23	bab 1 dan penyusunan	
9.	12/08/23	revisi bab 1 dan penyusunan	
10.	27/08/23	bab 1 dan penyusunan	

s.d. Ditaukan  
Koordinator Program Studi Ekonomi  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
Dr. M. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I  
NIP. 199608122008011015



**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**  
PROGRAM S.1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Nama : Diana Hilda  
No. Induk Mahasiswa : E20192144  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Sistem Penjualan Dropshipper dan Reseller Terhadap Minat Bisnis Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS JEMBER

Pembimbing : Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I  
Tanggal Perseetujuan : Tanggal \_\_\_\_\_ s.d \_\_\_\_\_ s.d

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	PEMBAHASAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	21/8/23	Revisi	
2.	6/9/23	Revisi skripsi	
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

s.d. Ditaukan  
Koordinator Program Studi Ekonomi  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
Dr. M. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I  
NIP. 199608122008011015



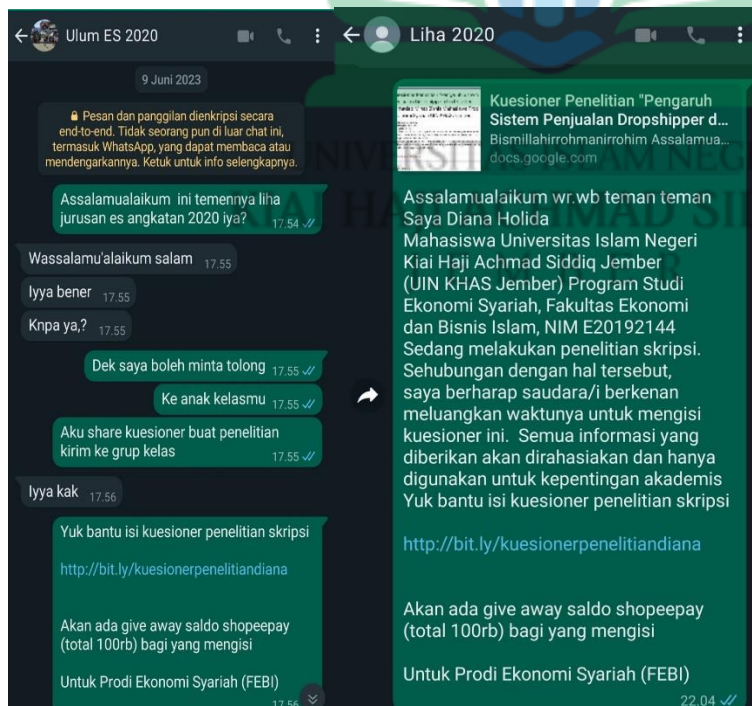
## DOKUMENTASI

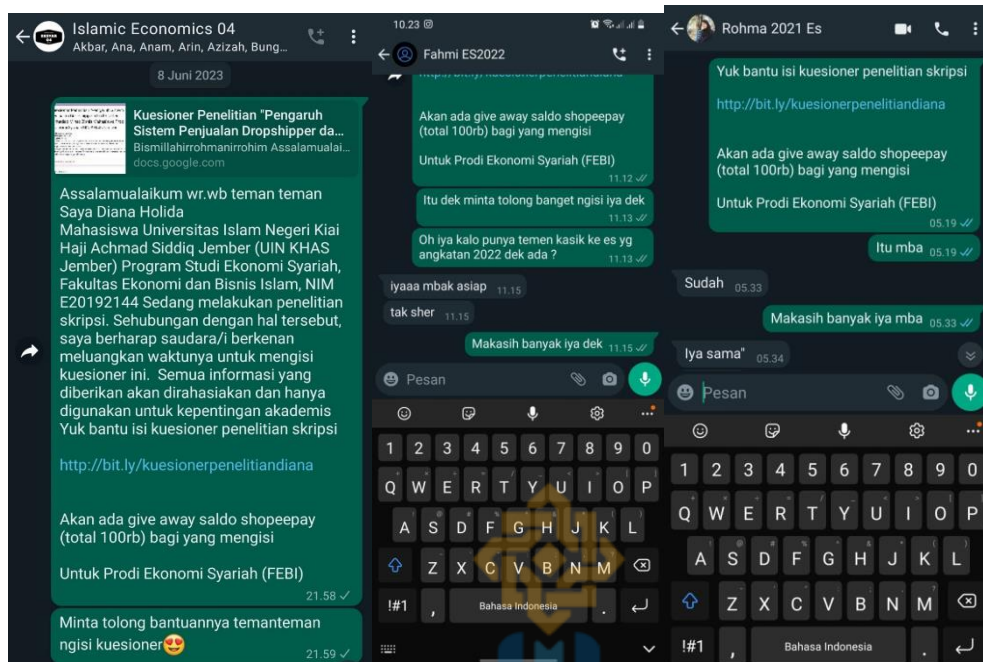
### Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



### Penyebaran Kuesioner Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS

#### Jember





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran 13 : Riwayat Hidup

### BIODATA PENULIS



### DATA PRIBADI

Nama : Diana Holida  
 NIM : E20192144  
 Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 13 April 2001  
 Alamat : Dusun Sumbergayam, Baletbaru,  
 Sukowono, Jember  
 Email : dianaholida46@gmail.com  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Prodi : Ekonomi Syariah

### RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2005-2007 : TK As'addiyah Baletbaru Jember  
 Tahun 2007-2013: SDN Balet Baru 02 Jember  
 Tahun 2013-2016 : SMP IBRAHIMY 3 Sukorejo Situbondo  
 Tahun 2016-2019 : MA Negeri 2 Jember  
 Tahun 2019-2023 : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember