

Pemahaman, Kepuasan Pelanggan Terhadap Akad Salam Pada Transaksi Jual Beli Online

Dominggus Sijauta¹; M. Yovi²; Rhdiah³

Abstrak

Pengguna jasa internet terus meningkat setiap tahunnya, salah satunya transaksi jual beli online. Hal ini dipengaruhi semakin banyak situs belanja menawarkan berbagai kemudahan. Menurut data CNN Indonesia 2020, situs belanja yang paling banyak dikunjungi pengguna jasa internet di tahun 2019 adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan lain-lain. Dalam perspektif Islam transaksi jual beli online berkaitan dengan akad salam. Penelitian terdahulu menganalisa dasar hukum akad salam pada transaksi jual beli online, namun masih sedikit penelitian apakah pelanggan sudah memahami hakikat dasar akad salam tersebut. Tujuan penelitian menganalisis pemahaman dan kepuasan pelanggan terhadap akad salam pada transaksi jual beli online. Metode penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah banyak diantara pelanggan yang masih belum mengetahui apa itu akad salam. Hanya 5 orang (9%) yang pernah mendengar, memahami, dan bisa menjelaskan apa itu akad salam. Terdapat 54 responden dalam hal kepuasan pelanggan ketika memutuskan untuk transaksi jual beli online memperhatikan beberapa hal yaitu kualitas produk yang dijual, kepercayaan tempat toko/outlet yang dituju, harga dan promo diskon, free ongkos kirim dan kecepatan barang diterima pelanggan.

Kata Kunci: Akad Salam; Jual Beli Online; Pemahaman dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

Internet service users continue to increase every year, one of which is online buying and selling transactions. This is influenced by the increasing number of shopping sites that offer various conveniences. According to CNN Indonesia 2020 data, the shopping sites most visited by internet service users in 2019 were Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, and others. In an Islamic perspective, online buying and selling transactions are related to salam contracts. Previous research analyzed the legal basis of the salam contract in online buying and selling transactions, but there is still little research on whether the customer has understood the basic nature of the salam contract. The research objective is to analyze customer understanding and satisfaction with

¹²³ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dsijauta@gmail.com

the salam contract in online buying and selling transactions. The research method used is a quantitative approach. The results of this study are that many of the customers still don't know what greeting is. Only 5 people (9%) have heard, understood, and can explain what a greeting contract is. There were 54 respondents in terms of customer satisfaction when deciding to buy and sell online, paying attention to a number of things, namely the quality of the products being sold, the trustworthiness of the intended store/outlet, price discounts and promos, free shipping costs and the speed at which goods are received by customers.

Keywords: *Salam Contract; Buying and Selling Online; Understanding, Customer Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Pada masa digitalisasi saat ini membuat kita harus terus berkembang termasuk sektor perekonomian. Peran internet tidak bisa dipungkiri akan berdampak terus seiring berjalannya waktu. Begitu juga dengan ekonomi Islam atau ekonomi syariah.

Dalam ekonomi syariah dikenal beberapa akad seperti akad *murabahah*, *salam*, *isthisna*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan lain-lain. Akad *salam* salah satu akad yang selalu dikaitkan dalam transaksi jual beli online, dimana tidak ada pertemuan langsung secara tatap muka antara pembeli dan penjual, akan tetapi pelaku akad dipertemukan dalam satu jaringan internet. Trend transaksi jual beli secara konvensional saat ini sudah banyak beralih ke sistem Online. Salah satu alasan terkuatnya adalah memudahkan transaksi jual beli dimana pelaku akad saling berjauhan dan tidak harus hadir dalam satu tempat. Pada situs belanja online calon pembeli yang tertarik dengan produk-produknya secara langsung dapat melihat dari internet. Penggunaan akad *salam* dengan sistem online diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusak seperti *riba*, *kezaliman*, *penipuan*, *kecurangan*, dan sejenisnya serta memenuhi rukun dan syarat di dalam transaksi jual beli.

Transaksi dengan akad *salam* tidak banyak diminati bank Syariah. Banyak buku referensi yang digunakan di Indonesia sejak sepuluh tahun yang lalu, melekatnya pandangan dari bank konvensional bahwa uang sebagai komoditi, dimana setiap pengeluaran uang harus ada hasil berupa uang (Harahap, et al 2010).

Ketika seseorang berbelanja online, hal utama yang menjadi pertimbangan seorang pembeli adalah apakah website, online shop dan penjual online tersebut dapat dipercaya (Harefa, 2018).

Dalam transaksi jual beli online selain kepercayaan harga juga berperan penting. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk (Kotler & Amstrong, 2008). Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha & Irawan, 2008). Harga yang sesuai akan menimbulkan minat membeli. Minat beli akan timbul dengan sendirinya jika konsumen merasa tertarik atau memberikan respon positif terhadap apa yang ditawarkan oleh penjual (Alfatris & Mahmud, 2012). Minat beli juga merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli

suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Ali, 2013).

Jual beli online, yang umum di kenal sebagai e-commerce mengacu pada pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya (Baskoro, 2012). Jual beli pesanan (*indent*) dalam *Fiqih* Islam disebut *as-salam* (السلم) bahasa penduduk Hijaz atau *as-salaf* (السف) bahasa penduduk Irak (Ghozali, 2005), secara terminologi adalah “menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari”.

Dalam jual beli tidak semua barang yang diinginkan selalu tersedia baik jenisnya atau jumlahnya, oleh sebab itu tertutup kemungkinan bahwa sewaktu waktu menjual atau membeli barang yang tidak hadir sewaktu akad terjadi. Jual beli seperti ini disebut dengan *salam* (*indent*). Yaitu menjual sesuatu dengan kriteria tertentu (yang masih berada) dalam tanggungan dengan pembayaran segera. Para *fuqaha* memberikan istilah terhadap barang pesanan dengan “*almahawij*” (barang-barang yang mendesak) (Jafri, 2008).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya dasar hukum akad *salam* dalam transaksi jual beli online apakah sudah sesuai dengan syariat Islam. Selain ada beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi pelanggan seperti tingkat pemahaman, kenyamanan, kepercayaan ketika bertransaksi dengan akad *salam* dalam jual beli online.

B. KAJIAN TEORI

1. Akad Salam

Kata “*salam*” sama dengan “*salam*” baik secara *wazan* (timbangan kata) maupun makna, yakni pesanan. Kata *salam* berasal dari bahasa penduduk Irak, sedangkan kata *salaf* berasal dari bahasa penduduk Hijaz. Menurut istilah, kata *salam* adalah transaksi jual beli dengan cara menyebutkan sifat, barang yang dipertanggungjawabkan dengan penyerahan barang yang ditunda, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat transaksi (Ash-Shan’ani, 2007). Definisi akad *salam* merupakan akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dulu, sedangkan barangnya diserahkan kepada pembeli kemudian hari.

Dikatakan *salam* karena menyerahkan uang terlebih dahulu sebelum menerima produk yang dibeli. *Salam* termasuk kategori jual beli yang sah jika memenuhi persyaratan keabsahan jual beli pada umumnya (Mardani, 2013). Dalam pengertian yang sederhana, akad *salam* berarti pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka (Antonio, 2011). Secara terminologis akad *salam* adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang diberikan kontan di tempat transaksi (Ath-Thayyar, 2009).

2. Dasar Hukum Akad Salam

Seusai dengan syariat Islam, akad *salam* berdasarkan firman Allah SWT dan hadits Rasulullah SAW. Dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 282 yang artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya (Al Qur’an terjemah Depag RI, 2013).

Ibnu Abbas menjelaskan keterkaitan ayat tersebut dengan transaksi jual beli akad salam, sebagaimana ungkapannya: “Saya bersaksi bahwa *salaf* (salam) yang dijamin untuk jangka waktu tertentu telah dihalalkan oleh Allah pada kitab-Nya dan diizinkan-Nya”. Ia lalu membaca ayat tersebut (Djamil, 2013).

Dalam hadits, Ibnu Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah datang ke Madinah dimana penduduknya melakukan *salaf* (salam) dalam buah-buahan (untuk jangka waktu) satu, dua, dan tiga tahun, lalu beliau berkata: “barang siapa yang melakukan *salaf* (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan jangka waktu tertentu” (HR. Bukhari dan Muslim). Dari Shuhaib r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda: “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, *muqaradhadh* (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual” (HR. Ibnu Majah).

3. Rukun Akad Salam

Menurut (Antonio, 2011) rukun akad salam sebagai berikut :

1. *Muslim* (المسلم) atau pembeli.
2. *Muslim ilaih* (المسلم اليه) atau penjual.
3. Modal atau uang.
4. *Muslim fiihi* (فيها المسلم) atau barang.
5. *Sighat* (الصيغه) atau ucapan atau ijab qabul.

Sedangkan menurut ulama Hanafiyah bahwa rukun jual beli salam ini hanya ijab dan qabul. Dan rukun akad salam menurut jumhur ulama selain Hanafiyah, terdiri atas pembeli, penjual, modal atau uang, barang, dan ucapan ijab qabul. Ketentuan umum dari akad salam (Sudarsono, 2005) :

1. Pembelian hasil produksi harus diketahui spesifikasinya secara jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu, dan jumlahnya.
2. Apabila hasil produksi yang diterima cacat atau tidak sesuai dengan akad maka produsen (pabrik/toko) harus bertanggung jawab dengan cara mengembalikan dana yang telah diterimanya atau mengganti barang yang sesuai dengan pemesanan.
3. Mengingat bank tidak menjadikan barang yang dibeli atau dipesannya sebagai persediaan, maka dimungkinkan bagi bank untuk melakukan akad salam kepada pihak ketiga (pembeli kedua), seperti: Bulog, pedagang pasar induk dan rekanan.

4. Transaksi Jual Beli Online

Tanpa disadari dan tak bisa dipungkiri kehadiran internet dimuka bumi ini membawa dampak yang luar biasa termasuk dari segi perekonomian khususnya transaksi jual beli. Yang tadinya kita melakukan transaksi jual beli secara konvensional yaitu adanya pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli, kini semua transaksi tidak harus tatap muka melainkan melalui media internet saja atau yang biasa kita mengenal dengan transaksi jual beli online. Ditambah lagi semenjak covid-19 melanda dunia, efek positifnya adalah semakin gencar semua situs-situs belanja online menawarkan kemudahan dalam berbelanja.

Dalam perspektif Islam transaksi jual beli online berkaitan dengan akad salam. Penggunaan akad salam pada transaksi jual beli online diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusak transaksi tersebut seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya serta memenuhi rukun dan syarat di dalam transaksi jual beli akad salam. Semua transaksi,

produk yang dibeli, bagaimana cara pembayarannya harus jelas tercatat dalam akad salam.

Transaksi jual beli online menggunakan beberapa metode pembayaran, yaitu dengan *electronic money* (uang elektronik). Pada saat ini metode pembayaran transaksi jual beli online terdiri dari beberapa cara :

1. COD (*Cash on Delivery*), di mana pembayaran dilakukan dengan uang tunai setelah barang diterima pelanggan.
2. Transfer ATM (*Mobile Banking*), di mana pelanggan melakukan transfer terlebih dahulu melalui ATM atau *mobile banking*, selanjutnya produk akan dikirim ke pelanggan.
3. Kartu Kredit, di mana pembayaran dilakukan dengan mendebet langsung pembayaran melalui kartu kredit, selanjutnya produk akan dikirim ke pelanggan.
4. *Paylater*, fasilitas kemudahan yang diberikan oleh toko online, di mana pelanggan diberikan limit saldo tertentu yang bisa dipakai untuk alat pembayaran ketika berbelanja online.
5. Pembayaran melalui Indomaret atau Alfamart, di mana sudah ada kerjasama pihak toko online untuk dapat melakukan pembayaran di Indomaret atau Alfamart.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dengan melakukan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan teknik survei melakukan wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian membutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang akurat. Maka dalam penelitian ini digunakan beberapa instrument berupa angket atau kuesioner.

Pada penelitian ini menggunakan sampel 54 orang, secara acak dari beberapa kalangan tanpa memperhatikan strata yang ada. Pada penelitian ini penulis menitikberatkan pada pemahaman pelanggan tentang akad salam dan kepuasan pelanggan terhadap akad salam itu sendiri pada transaksi jual beli online.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data Sampel

Data sampel penelitian ini dilakukan pada 54 orang yang terdiri dari 38 orang perempuan (70,37%) dan 16 orang laki-laki (29,63%). Terdiri dari beberapa kalangan :

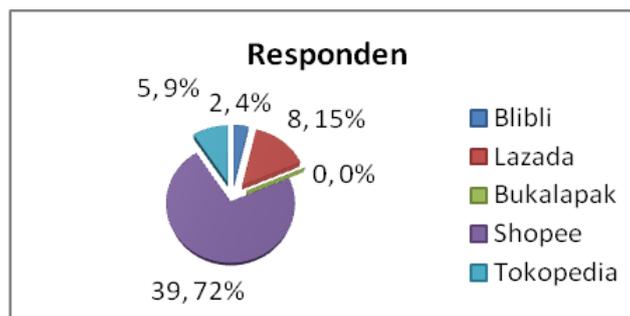
1. Ibu Rumah Tangga sebanyak 8 orang (14,81%).
2. Karyawan Swasta (dari beberapa kalangan seperti sales, marketing, manager area, administrasi, dan lain-lain) sebanyak 27 orang (50,00%).
3. Mahasiswa sebanyak 3 orang (5,56%).
4. Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 2 orang (3,70%).
5. Profesional (seperti MUA, Dosen, Dokter, dan lain-lain) sebanyak 6 orang (11,12%).
6. Pengusaha sebanyak 8 orang (14,81%).

2. Situs Belanja Online

Menurut data CNN Indonesia 2020, situs belanja yang paling banyak dikunjungi pengguna jasa internet di tahun 2019 adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan lain-lain. Dari kelima peringkat tertinggi situs

belanja online ini penulis melakukan wawancara ke 54 orang data sampel penelitian. Berbeda dengan hasil yang diperoleh penulis menunjukkan bahwa yang paling banyak dikunjungi Shopee sebanyak 39 orang (72%), kemudian diikuti oleh Lazada sebanyak 8 orang (15%), Tokopedia sebanyak 5 orang (9%) dan Blibli sebanyak 2 orang (4%). Sedangkan untuk Bukalapak tidak ada satu orang yang memilih.

Data sampel penelitian dari 54 responden didapat hasilnya sebagai berikut :



Sumber: Data diolah (2022)

Gambar 1. Situs Belanja Yang Paling Banyak Dikunjungi Tahun

1. Tidak pernah mendengar sama sekali istilah akad salam sebanyak 34 orang (63%).
2. Tidak pernah mendengar akad salam tetapi penasaran ingin mengetahui apa itu akad salam sebanyak 7 orang (13%).
3. Pernah mendengar saja apa itu akad salam tetapi tidak memahami maknanya sebanyak 8 orang (15%).
4. Pernah mendengar, memahami, dan bisa menjelaskan apa itu akad salam hanya 5 orang (9%).

Dari hasil wawancara diatas dapat disampaikan bahwa ternyata masih banyak diantara pelanggan yang masih belum mengetahui apa itu akan salam. Sehingga masih dibutuhkan pemahaman literasi yang lebih baik lagi mengenai akad salam. Hal ini bisa dengan beberapa cara seperti :

1. Seminar tentang Akad Salam di kalangan masyarakat umum (secara offline dan online)
2. Kuliah Umum di kalangan dunia pendidikan seperti mahasiswa fakultas ekonomi.
3. Penyuluhan dan pengabdian masyarakat di sektor usaha kecil mikro, menengah, dan makro.

Jika hal tersebut sudah dilakukan dengan baik, di masa depan dapat dilakukan para peneliti baru untuk melakukan penelitian kembali apakah ada dampak positif yang signifikan tentang pemahaman akad salam.

3. Kepuasan Pelanggan terhadap Transaksi Jual Beli Online

Setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda dalam membeli suatu produk. Sama halnya juga dengan transaksi jual beli online. Sebenarnya apa yang sedang dicari pelanggan dalam transaksi jual beli online sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan.

Hasil data sampel penelitian dari 54 responden, ada beberapa hal kepuasan pelanggan ketika memutuskan untuk bertransaksi jual beli online, diantaranya adalah :

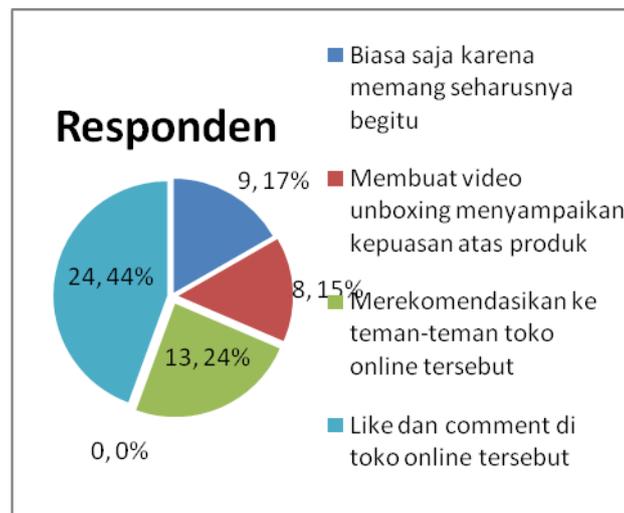
1. Kualitas produk yang dijual.
2. Kepercayaan tempat toko/*outlet* yang dituju.
3. Harga dan promo diskon.
4. *Free* ongkos kirim.
5. Kecepatan barang diterima pelanggan.

Faktanya adalah bahwa karakter pelanggan saat ini sudah sangat baik, kepuasan pelanggan paling penting kualitas produk yang dijual. Jadi, jika ada toko online yang secara asal-asalan menjual produk tanpa memperhatikan kualitasnya maka bisa jadi toko online tersebut akan sepi dikunjungi pengguna transaksi jual beli online.

Dan menariknya di urutan terakhir adalah kecepatan barang diterima pelanggan. Hal ini berarti tidak begitu penting bagi pelanggan apakah cepat atau lambat barang diterima pelanggan, karena yang paling utama adalah kualitas produk yang dijual.

Mengenai kecepatan barang yang diterima pelanggan ini, jika diteliti lebih mendalam lagi, apakah yang dilakukan pelanggan ketika produk yang dibeli cepat sampai dan sesuai harapan?

Dari data sampel penelitian 54 responden, dengan hasil sebagai berikut :



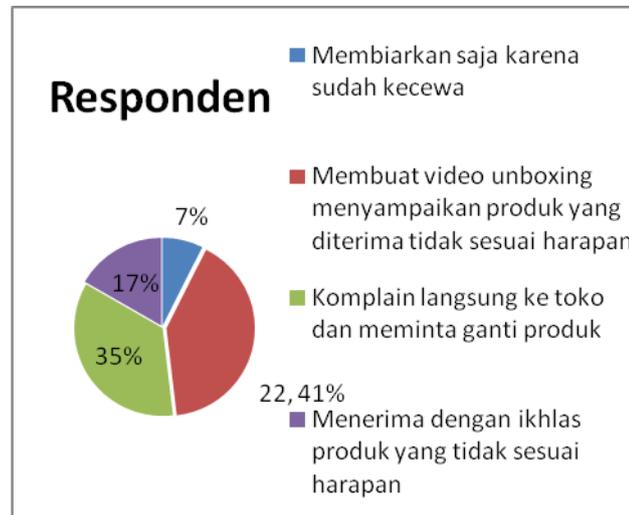
Sumber: Data diolah (2022)

Gambar 2. Hal yang Dilakukan Pelanggan Ketika Produk yang Dibeli Cepat Sampai dan Sesuai Harapan

1. Like dan comment di toko online tersebut sebanyak 24 orang (44%).
2. Merekomendasikan ke teman-teman toko online tersebut sebanyak 13 orang (24%).
3. Biasa saja karena memang seharusnya begitu sebanyak 9 orang (17%).
4. Membuat video unboxing menyampaikan kepuasan atas produk sebanyak 8 orang (15%).

Selanjutnya bagaimana jika lakukan ketika produk yang dibeli sampai tetapi tidak sesuai harapan?

Dari data sampel penelitian 54 responden, dengan hasil sebagai berikut :



Sumber: Data diolah (2022)

Gambar 3. Hal yang Dilakukan Pelanggan Ketika Produk yang Dibeli Sampai Tidak Sesuai Harapan

1. Membuat video unboxing menyampaikan produk yang diterima tidak sesuai harapan sebanyak 22 orang (41%).
2. Komplain langsung ke toko dan meminta ganti produk sebanyak 19 orang (35%).
3. Menerima dengan ikhlas produk yang tidak sesuai harapan sebanyak 9 orang (17%).
4. Membiarkan saja karena sudah kecewa sebanyak 4 orang (7%).

Dengan demikian walaupun kecepatan barang diterima pelanggan merupakan poin terakhir ketika pelanggan memutuskan untuk bertransaksi online. Akan tetapi setelah dilakukan penelitian lebih mendalam didapat bahwa kecepatan barang diterima pelanggan ini juga tidak boleh dipandang sebelah mata, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi dari kecepatan barang diterima oleh pelanggan.

E. KESIMPULAN

Pemahaman dan kepuasan pelanggan terhadap akad salam pada transaksi jual beli online saling ada keterkaitan satu dan lainnya. Dari penelitian yang dilakukan penulis bahwa ternyata masih banyak orang di luar sana yang masih belum memahami dengan benar apakah itu akan salam. Padahal akad salam ini sangat penting dalam hal sistem perekonomian, terkhusus dalam bertransaksi dengan jualan beli online.

Selain mengenai pemahaman akad salam, tentunya kepuasan pelanggan sangat penting dalam kehidupan perekonomian, terkhusus transaksi jual beli

online. Kepuasan pelanggan juga dianggap penting demi berlangsungnya siklus perekonomian toko online. Hal ini dapat disimpulkan, terdapat hubungan antara pemahaman pelanggan tentang akad salam dengan tingkat kepuasan pelanggan dalam bertransaksi jual beli online.

F. SARAN

Pentingnya literasi mengenai akad salam ini, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilihat lebih detail lagi apakah masyarakat bertambah pemahaman mengenai akad salam.

Di masa mendatang diharapkan ada peneliti yang menilai apakah dengan semakin banyak bertambahnya pemahaman mengenai akad salam, apakah berpengaruh juga terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Selain itu mungkin dapat juga diteliti apakah selain akad salam, akad syariah lainnya seperti murabahah, mudharabah, musyarakah apakah ada keterkaitan satu sama lain dalam transaksi jual beli *online*. Sehingga semakin menambah ilmu pengetahuan bagi pelanggan maupun bagi toko *online*.

G. DAFTAR PUSTAKA

Depag RI, 2013. Al-Qur'an terjemah dan tafsir per kata. Bandung: Jabal.

Alfatris & Mahmud. (2012). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Abum dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang. *Jurnal Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*.

Ali, H. A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Antonio, M. S. (2011). *Bank syariah: dari teori ke praktik*. Cetakan ke-18. Jakarta: Gema Insani bekerja sama dengan Tazkia Cendekia..

Ash-shan'ani. Muhammad bin Ismail Al-Amir (2007). *Subulus salam syarah bulugul aram*. Jilid 2. Jakarta: Darus Sunnah.

Ath-thayyar. (2009). *Ensiklopedi fiqih muamalah: dalam pandangan 4 mazhab*. Yogyakarta: Maktabah al Hanif.

Baskoro, A. (2012). *Buku pintar membuat toko online*. Jakarta: Media Kita.

CNN Indonesia. (2020). Daftar Toko Online yang Paling Menguasai Pasar RI Selama 2019. Diakses dari www.cnnindonesia.com/teknologi/20200124205259-206-468540/daftar-toko-online-yang-paling-menguasai-pasar-ri-selama-2019.

Djamil, F. (2013). *Penerapan hukum perjanjian dalam transaksi di lembaga keuangan syari'ah*. Jakarta; Sinar Grafika.

Ghozali. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Harahap, S. S., Wiroso., & Yusuf. M. (2010). *Akuntansi perbankan syariah (4th ed.)*. Jakarta: LPFE Usakti.

Harefa, B. D. G. (2018). *Skripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Situs Lazada Pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.

Jafri, S. (2008). *Fiqih muamalah*. Pekanbaru: Suska Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Perhalindo.

Mardani, 2013. *Fiqih ekonomi syariah: fiqh muamalah*. Cetakan ke-2. Jakarta: Kencana Prenada media Group.

Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.