



c. Kenyamanan Konsumen menurut Islam .....	16
3. Keputusan Pembelian .....	19
a. Pengertian Keputusan Pembelian ...	19
b. Proses Pembelian .....	21
c. Indikator Keputusan Pembelian .....	24
d. Keputusan Pembelian Menurut Islam .....	24
4. Bisnis <i>Online</i> ( <i>E-Commerce</i> ) .....	26
a. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	26
b. Keunggulan dan Kelemahan Pemasaran <i>Online</i> .....	26
c. Hukum Bisnis <i>Online</i> secara Islam .....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Berfikir .....	34
D. Hipotesis .....	36
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	36
2. Pengaruh Kenyamanan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	37
3. Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	38

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	39
B. Populasi dan Sampel .....	40
C. Identifikasi Variabel .....	41
D. Variabel Operasional .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	45
F. Teknik Analisis Data .....	46

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	46
2. Uji Asumsi Klasik .....	47
a. Uji Multikolinieritas .....	47
b. Uji Autokorelasi .....	48
c. Uji Normalitas .....	48
d. Uji Heterokedastisitas.....	49
3. Uji Hipotesis.....	49
a. Analisis Regresi Linier Berganda...49	
b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	50
c. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F).....	50
d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	53
1. Gambaran Obyek Penelitian .....	53
a. Profil UD. Mebel Jati Jepara .....	53
b. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	54
2. Analisis Data .....	55
a. Uji Instrumen Penelitian.....	55
1) Uji Validitas Instrumen.....	55
2) Uji Reliabilitas .....	57
b. Statistik Deskriptif.....	57
1) Kepercayaan (X1).....	58
2) Kenyamanan Konsumen (X2) ...	59
3) Keputusan Pembelian (Y).....	60
c. Uji Asumsi Klasik .....	61
1) Uji Multikolinieritas .....	61
2) Uji Autokorelasi.....	62
3) Uji Normalitas .....	62

4) Uji Heterokedastisitas .....	64
d. Uji Hipotesis .....	65
1) Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
2) Uji Statistik t .....	66
3) Uji Statistik F .....	67
4) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
B. Pembahasan .....	70
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian .....	70
2. Pengaruh Kenyamanan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian .....	71
3. Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian .....	73
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	75
B. Saran-saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

2.1	Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
3.1	Definisi Operasional .....	42
4.1	Profil Responden .....	54
4.2	Hasil Pengujian Validitas .....	56
4.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.4	Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
4.5	Hasil Uji Multikolinieritas .....	61
4.6	Hasil Uji Autokorelasi .....	62
4.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
4.8	Hasil Uji Statistik t.....	66
4.9	Hasil Uji Statistik F .....	68
4.10	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....	22
2.2	Kerangka Berpikir.....	36
4.1	Hasil Uji Normalitas .....	63
4.2	Hasil Uji Normalitas .....	63
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64

