

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	15
1. <i>E-Marketplace</i>	15
2. Manajemen Pemasaran (<i>Marketing</i>)	16
3. Perilaku konsumen dalam islam	18
4. <i>E-Service Quality</i>	20
5. Kepercayaan	22
6. Harga	25
7. Promosi	27
8. Keputusan Pembelian	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir	38
D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Populasi dan Sampel	43
C. Idenfikasi Variabel	45
D. Definisi Operasional Variabel	46
E. Teknik Pengumpulan Data	52

F. Uji Validitas dan Reabilitas	53
G. Uji Asumsi Klasik	53
H. Teknik Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	57
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
2. Gambaran Umum Responden	59
3. Gambaran Umum Jawaban Responden....	61
4. Hasil Uji Instrumen Data.....	70
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	74
6. Hasil Uji Analisis Statistik.....	76
B. Pembahasan	81
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee	81
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee.....	82
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee	83
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee	85
5. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , Kepercayaan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee	86
6. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	87

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	89
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENELITI



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2.2	Kerangka Berfikir	39
Tabel 3.1	Populasi	44
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.3	Skala <i>likert</i>	52
Tabel 4.1	Tingkat <i>Response Rate</i>	60
Tabel 4.2	Gambaran umum jenis kelamin responden.....	60
Tabel 4.3	Gambaran Umum Tahun Angkatan Responden .	61
Tabel 4.4	Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel <i>E-Service Quality</i>	61
Tabel 4.5	Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	64
Tabel 4.6	Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Harga	65
Tabel 4.7	Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel Promosi.....	66
Tabel 4.8	Gambaran Umum Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> ..	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	73
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorof- Smirnov	74
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser	76
Tabel 4.18	Hasil Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	78
Tabel 4.20	Hasil Uji Parameter Simultan (Uji F)	79
Tabel 4.21	Hasil Uji Statistik t	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung Web Bulanan Terbanyak	5
Gambar 1.2 Rangkaing Tertinggi Appstore dan Playstore	6
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	58

